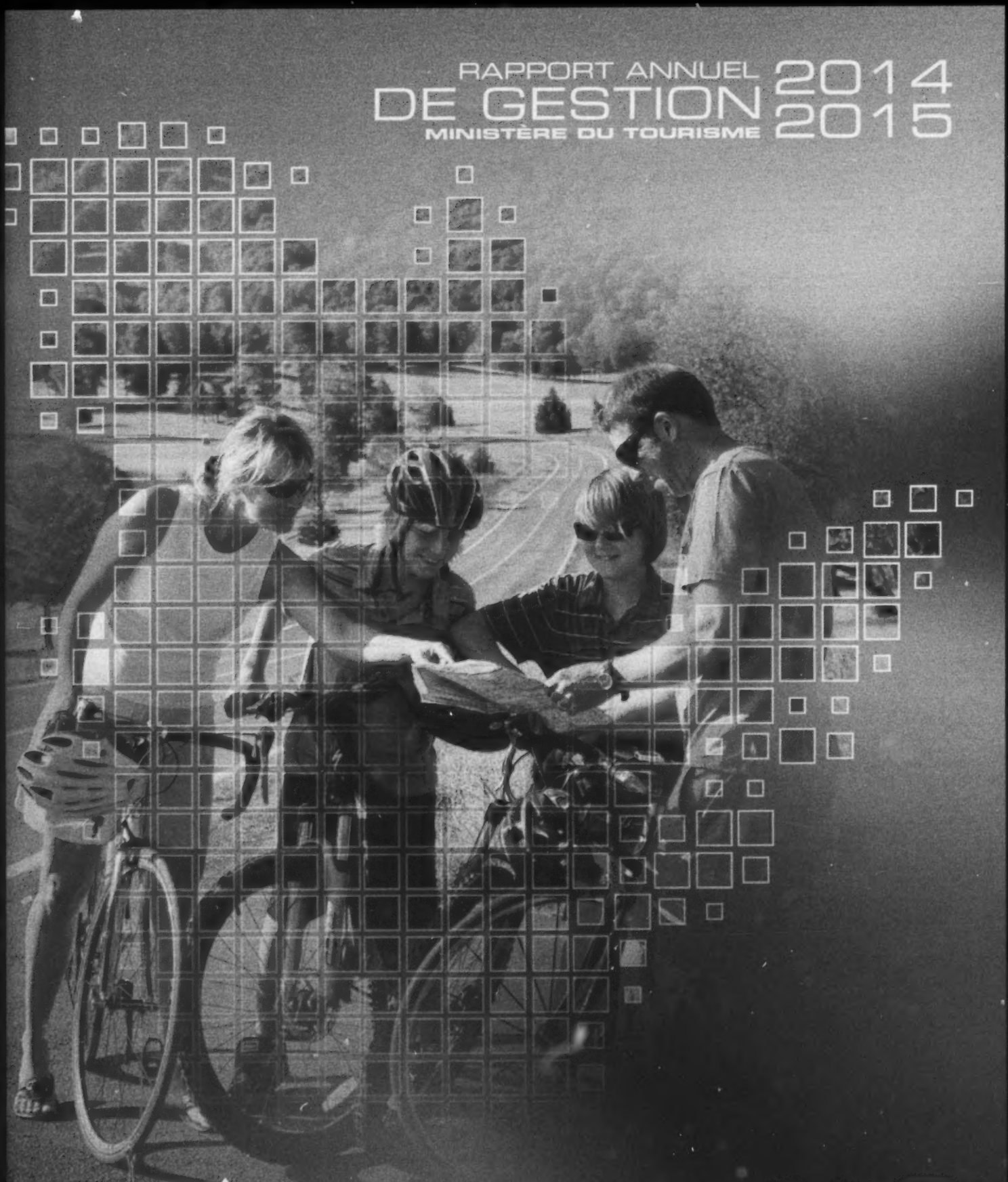
RAPPORT ANNUEL DE GESTION 2014 2015

MINISTÈRE DU TOURISME



ENSEMBLE on fait avancer le Québec

Québec

Note

Cette publication a été rédigée par le personnel du ministère du Tourisme.
La forme masculine employée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée que pour alléger le texte.

Il est possible de consulter ce rapport sur le site Web du Ministère à l'adresse suivante : www.tourisme.gouv.qc.ca

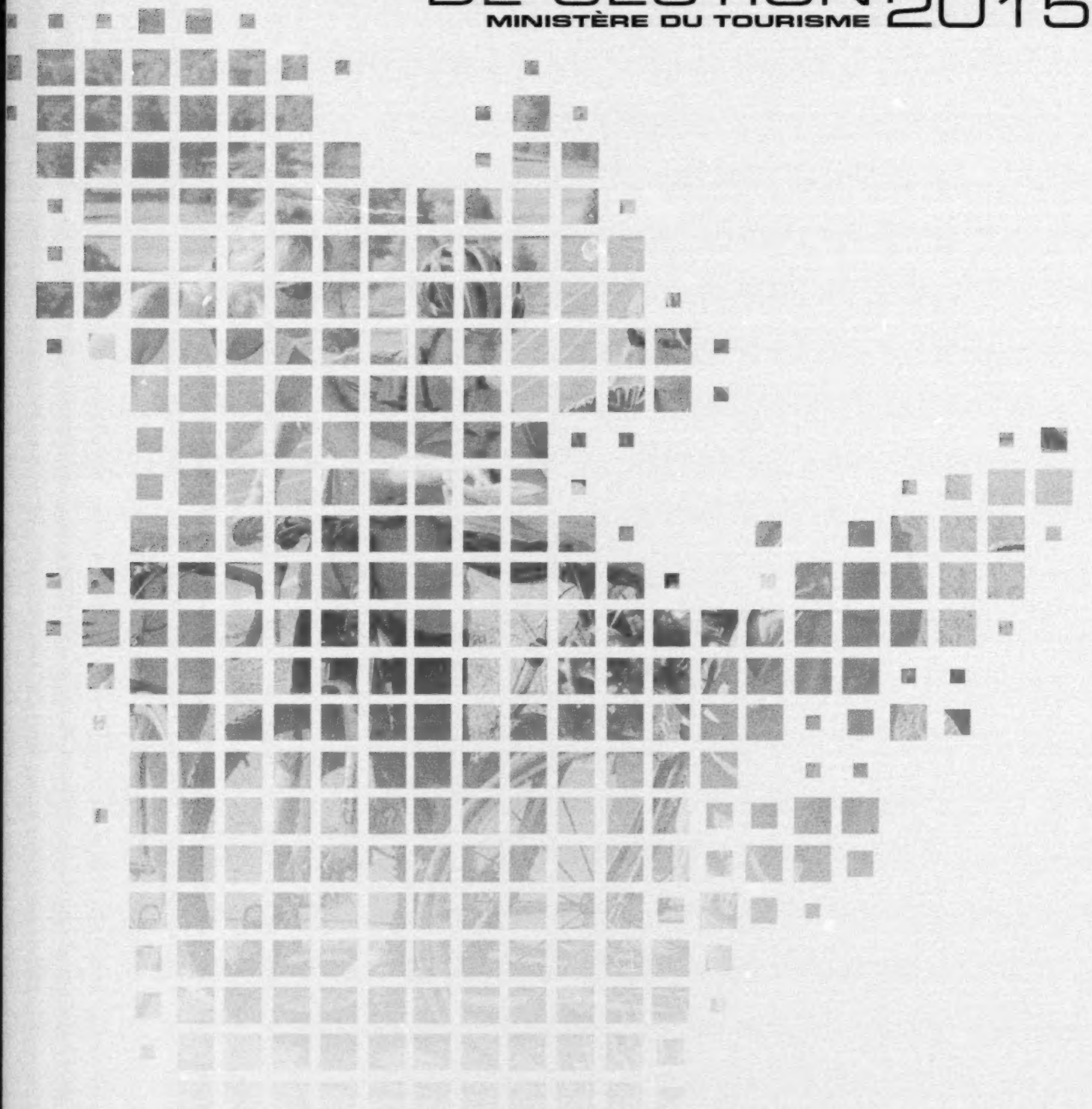
RAPPORT ANNUEL DE GESTION 2014-2015

Dépôt légal – Septembre 2015
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
ISBN : 978-2-550-73898-5 (imprimé)
ISBN : 978-2-550-73899-2 (en ligne)
Tous droits réservés pour tous les pays.
© Gouvernement du Québec, 2015

Imprimé sur du papier Enviro 100 (fait à 100 % de fibres postconsommation certifiées FSC® et certifié ÉcoLogo).

RAPPORT ANNUEL DE GESTION 2014 2015

MINISTÈRE DU TOURISME



ENSEMBLE on fait avancer le Québec

Québec

MESSAGE DE LA MINISTRE

Monsieur Jacques Chagnon
Président de l'Assemblée nationale
Hôtel du Parlement
Québec

Monsieur le Président,

J'ai le plaisir de vous transmettre le *Rapport annuel de gestion 2014-2015* du ministère du Tourisme, conformément à la Loi sur l'administration publique.

Ce rapport rend compte des résultats obtenus par le Ministère. Il présente ses réalisations et les ressources qui ont été utilisées au cours de l'exercice financier 2014-2015.

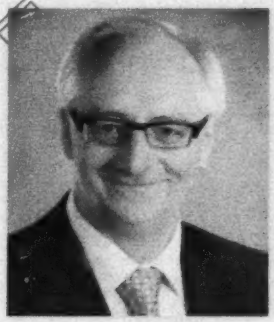
Je profite de l'occasion pour remercier les membres du personnel et les partenaires de l'industrie touristique de leur engagement à faire du Québec bien plus qu'une destination de choix, mais également un levier du développement économique québécois.

Je vous prie de recevoir, Monsieur le Président, l'expression de ma haute considération.

La ministre du Tourisme,

Dominique Vien

Québec, septembre 2015



MESSAGE DU SOUS-MINISTRE

Madame Dominique Vien
Ministre du Tourisme
Ministre responsable de la région
de la Chaudière-Appalaches
Députée de Bellechasse
Hôtel du Parlement
Québec

Madame la Ministre,

C'est avec plaisir que je vous soumets le *Rapport annuel de gestion 2014-2015* du ministère du Tourisme.

Ce rapport fait état des résultats du Ministère pour la période comprise entre le 1er avril 2014 et le 31 mars 2015 au regard de son Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020, de son Plan annuel de gestion des dépenses 2014-2015, de sa Déclaration de services aux citoyens et de son Plan d'action de développement durable 2012-2015. Il tient également compte des autres exigences législatives et gouvernementales auxquelles le Ministère est assujetti.

À cet égard, le rapport contient une déclaration de la direction du Ministère portant sur la fiabilité des données.

Au cours de la dernière année, des efforts supplémentaires ont mobilisé les gestionnaires, le personnel et les partenaires du Ministère pour mener les travaux inhérents à la révision du modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme au Québec. Je les remercie de leur dévouement qui a grandement contribué au rayonnement du Ministère.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'expression de ma considération distinguée.

Le sous-ministre du Tourisme,

Marc Croteau
Québec, septembre 2015

DÉCLARATION DE FIABILITÉ DES DONNÉES

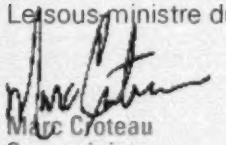
Les données contenues dans le *Rapport annuel de gestion 2014-2015* du ministère du Tourisme relèvent de la responsabilité du sous-ministre et des membres de la direction.

Cette responsabilité porte sur l'exactitude, l'intégralité et la fiabilité des données, de l'information et des explications qui y sont présentées.

Tout au cours de l'exercice financier, des systèmes d'information et des mesures de contrôle fiables ont été appliqués afin de soutenir la présente déclaration.

À notre connaissance, les données et les renseignements présentés dans ce rapport ainsi que les contrôles afférents sont dignes de confiance. Ils correspondent à la situation telle qu'elle se présentait au 31 mars 2015.

Le sous-ministre du Tourisme,



Marc Croteau
Sous-ministre
Québec, septembre 2015

TABLE DES MATIÈRES

11 Présentation du Ministère, mission, mandats, clientèles et partenaires

Faits saillants

12 Principaux résultats

Présentation des résultats

13 Résultats relatifs aux orientations stratégiques du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance

26 Résultats relatifs à la Déclaration de services aux citoyens

Utilisation des ressources

28 Ressources humaines

30 Bonis au rendement

30 Ressources budgétaires et financières

31 Mesures de réduction de dépenses

32 Ressources informationnelles

32 Sécurité de l'information

Exigences découlant de lois, de politiques et d'autres documents gouvernementaux

33 Accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels – Règlement sur la diffusion de l'information et sur la protection des renseignements personnels

34 Accès à l'égalité en emploi

36 Mesures ou actions favorisant l'embauche, l'intégration et le maintien en emploi (personnes handicapées)

37 Mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web

39 Allègement réglementaire et administratif

39 Développement durable

41 Gestion et contrôle des effectifs et renseignements relatifs aux contrats de services

42 Égalité entre les hommes et les femmes

42 Emploi et qualité de la langue française dans l'Administration

43 Loi assurant l'exercice des droits des personnes handicapées en vue de leur intégration scolaire, professionnelle et sociale

45 Loi et Règlement sur les établissements d'hébergement touristique

45 Occupation et vitalité des territoires

46 Politique de financement des services publics

47 Suivi des recommandations du Vérificateur général du Québec

53 Annexe I - Liste des publications 2014-2015

55 Annexe II - Liste des lois relevant de l'autorité de la ministre

56 Annexe III - Organigramme

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1	Résultats à l'égard des services offerts par téléphone 2014-2015	26
TABLEAU 2	Résultats de l'évaluation des services offerts aux centres Infotouriste 2014-2015	27
TABLEAU 3	Nombre de plaintes par catégorie	27
TABLEAU 4	Répartition de l'effectif	28
TABLEAU 5	Répartition des dépenses totales destinées à la formation et au développement du personnel par champ d'activité	28
TABLEAU 6	Évolution des dépenses en formation	29
TABLEAU 7	Jours de formation selon les catégories d'emploi	29
TABLEAU 8	Nombre d'employés par catégorie d'emploi ayant pris leur retraite	29
TABLEAU 9	Taux de départs volontaires (taux de roulement) du personnel régulier	30
TABLEAU 10	Bonis au rendement accordés en 2014-2015 pour la période d'évaluation du rendement du 1er avril 2013 au 31 mars 2014	30
TABLEAU 11	Budget et dépenses du programme du Ministère	30
TABLEAU 12	Mesures de réduction de dépenses pour l'exercice 2014-2015	31
TABLEAU 13	Dépenses et investissements prévus et réels en ressources informationnelles pour l'année 2014-2015	32
TABLEAU 14	Embauche totale au cours de la période 2014-2015	34
TABLEAU 15	Embauche totale	34
TABLEAU 16	Taux d'embauche des membres des groupes cibles en 2014-2015	34
TABLEAU 17	Taux d'embauche global des membres des groupes cibles par statut d'emploi - Résultats comparatifs au 31 mars de chaque année	35
TABLEAU 18	Taux de représentativité des membres des groupes cibles au sein de l'effectif régulier - Résultats comparatifs au 31 mars de chaque année	35
TABLEAU 19	Taux de représentativité des membres des groupes cibles au sein de l'effectif régulier - Résultats par catégorie d'emplois au 31 mars 2015	35
TABLEAU 20	Taux d'embauche des femmes en 2014-2015 par statut d'emploi	36
TABLEAU 21	Taux de représentativité des femmes dans l'effectif régulier au 31 mars 2015	36
TABLEAU 22	Autres mesures ou actions en 2014-2015 (activités de formation de gestionnaires, activités de sensibilisation, etc.)	36
TABLEAU 23	Suivi de la mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web pour l'exercice financier 2014-2015 — Site www.tourisme.gouv.qc.ca	37
TABLEAU 24	Suivi de la mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web pour l'exercice financier 2014-2015 — Site www.tourisme.gouv.qc.ca	38
TABLEAU 25	Suivi de la mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web pour l'exercice financier 2014-2015 — Site www.bonjourquebec.com	38
TABLEAU 26	Suivi de la mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web pour l'exercice financier 2014-2015 — Site www.bonjourquebec.com	39
TABLEAU 27	Comité permanent et mandataire	42
TABLEAU 28	Étapes de l'élaboration ou de l'approbation de la politique linguistique institutionnelle	42
TABLEAU 29	Biens ou services tarifés	46

LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

ACSL	Association des croisières du Saint-Laurent
ADN49	Aide au développement touristique au nord du 49e parallèle
AQIT	Association québécoise de l'industrie touristique
ATR	Association touristique régionale
ATR associées du Québec	Associations touristiques régionales associées du Québec
ATS	Association touristique sectorielle
ATS Québec	Associations touristiques sectorielles du Québec
CIT	Centre Infotouriste® exploité par le Ministère
CITQ	Corporation de l'industrie touristique du Québec
CQRHT	Conseil québécois des ressources humaines en tourisme
DATAN	Direction de l'accueil touristique et de l'animation numérique
EPRT	Entente de partenariat régional en tourisme
FEQ	Festivals et événements Québec
IQ Tourisme	Investissement Québec Tourisme
MQQ	Mouvement québécois de la qualité
OBL	Organisme à but lucratif
OBNL	Organisme à but non lucratif
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
PDIT	Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance
PADAT	Programme d'appui au développement des attraits touristiques
PrDIT	Programme de développement de l'industrie touristique
SATQ	Société des Attractions Touristiques du Québec
SCT	Secrétariat du Conseil du trésor
SÉPAQ	Société des établissements de plein air du Québec
SMAM	Sous-ministériat à l'accueil et au marketing
SMDITHPM	Sous-ministériat au développement de l'industrie touristique, à l'hébergement et aux projets majeurs
SMVSLT	Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020
SMVT	Stratégie maritime – volet tourisme
SQGD	Système québécois de gestion de la destination

PRÉSENTATION DU MINISTÈRE, MISSION, MANDATS, CLIENTÈLES ET PARTENAIRES

La Loi sur le ministère du Tourisme (chapitre M-31.2) définit la mission ministérielle qui consiste à « soutenir le développement et la promotion du tourisme au Québec en favorisant la concertation et le partenariat des intervenants associés à ce développement et à cette promotion, dans une perspective de création d'emplois, de prospérité économique et de développement durable. »

La Loi prescrit au Ministère, notamment, de faire la promotion du Québec comme destination touristique et de favoriser le développement des expériences touristiques et la commercialisation des produits québécois.

Dans l'ensemble, les fonctions du Ministère s'exercent auprès des touristes et des entrepreneurs de l'industrie touristique.

Les touristes se voient offrir des services d'accueil, de renseignements touristiques et d'assistance pour la réservation de produits touristiques en plus de profiter de l'amélioration constante de la qualité des produits et services touristiques.

Pour leur part, les entrepreneurs sont accompagnés par le Ministère dans la réalisation de leurs projets de développement de produits et d'infrastructures touristiques afin de diversifier l'offre touristique et d'offrir de nouvelles expériences dans ce domaine.

Ainsi, le Ministère élabore et met en œuvre des stratégies de développement et des programmes d'aide en partenariat avec les intervenants du milieu public et privé. Ceux-ci complètent les actions du Ministère et permettent ainsi d'en accroître l'effet.

Ces partenaires sont, entre autres, les suivants :

- Associations hôtelières ;
- Association québécoise de l'industrie touristique (AQIT) ;
- Associations touristiques régionales (ATR) ;
- Associations touristiques sectorielles (ATS) ;
- Associations touristiques régionales associées du Québec (ATR associées du Québec) ;
- Associations touristiques sectorielles du Québec (ATS Québec) ;
- Camping Québec ;
- Corporation de l'industrie touristique du Québec (CITQ) ;
- Fédération des pourvoiries du Québec (FPQ) ;
- Regroupement des événements majeurs internationaux (REMI).

FAITS SAILLANTS

Principaux résultats

Révision du modèle d'affaires de gouvernance du tourisme au Québec

La performance du ministère du Tourisme au cours de 2014-2015 reflète la volonté de faire du tourisme une industrie performante, innovante et axée sur le développement économique.

Le Ministère a amorcé la révision du modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme au Québec pour recentrer les actions de l'industrie touristique québécoise sur les déterminants de la croissance économique (investissements privés, innovation, productivité, exportations, entrepreneuriat et promotion), et ce, en priorisant les mesures inscrites au Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 (PDIT) et en clarifiant les rôles et les responsabilités de chacun des intervenants dans la mise en œuvre de ce plan.

Depuis juin 2014, l'ensemble de l'industrie a été invité à participer à une consultation générale afin de faire connaître ses idées sur le modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme au Québec. La ministre du Tourisme a été à l'écoute de l'industrie en multipliant les rencontres avec les intervenants et les entrepreneurs. Elle a notamment participé au Rendez-vous touristique des 11 et 12 septembre 2014 à Mont-Tremblant, en présence des associations touristiques régionales.

Les principaux constats qui se sont dégagés de cette consultation, combinés aux travaux menés par le Ministère à ce sujet, ont été présentés à l'industrie en décembre 2014 devant plus de 100 représentants.

Puis, du 16 février au 13 mars 2015, le Ministère a tenu des consultations ciblées afin de discuter des orientations envisagées avec les principaux acteurs de l'industrie pour tenir, le 20 mars 2015, une Table stratégique d'échanges élargie regroupant plus de 25 représentants de l'industrie.

Stratégie maritime – volet tourisme

En février 2015, le Ministère a lancé le Programme Stratégie maritime – volet tourisme (SMVT). Ce programme a pour but de stimuler l'économie des pôles touristiques indiqués à la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique et la création d'emplois par l'accroissement tant des recettes touristiques que du nombre de visiteurs.

De surcroit, le Programme vise à hausser l'attractivité des pôles du fleuve, à soutenir la structuration de l'offre des routes et des circuits touristiques liant les pôles du Saint-Laurent et à favoriser le développement et la croissance des croisières internationales, des croisières fluviales et maritimes, des croisières-excursions, de l'observation des mammifères marins, des sites naturels ou patrimoniaux, du nautisme ainsi que des festivals et événements touristiques. À cet égard, une enveloppe de 30 millions de dollars a été annoncée pour financer ces projets touristiques.

Système québécois de gestion de la destination

Durant l'année financière, le Ministère a amorcé l'actualisation du Système québécois de gestion de la destination (SQGD), prévue au PDIT, par la mise en ligne d'une solution de réservation plus performante et plus conviviale, choisie avec des partenaires de l'industrie touristique. La nouvelle solution offre une connectivité accrue avec les systèmes de réservation utilisés dans l'industrie et un extranet plus moderne aux établissements d'hébergement qui n'ont pas de système de distribution des inventaires.

Cette nouvelle plateforme permet de diffuser les offres commerciales des établissements des diverses régions du Québec sur différents canaux : le site promotionnel du Ministère (QuebecOriginal.com), le site de partenaires comme la Société des attractions touristiques du Québec (SATQ) (quebecvacances.com), l'Office du tourisme de Québec et Tourisme Mauricie. La nouvelle solution de réservation a également été déployée dans le réseau d'accueil et de renseignements touristiques du Ministère (centres Infotouriste et centre d'appels) et dans les lieux d'accueil et d'information touristique non gouvernementaux en région.

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Résultats relatifs aux orientations stratégiques du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance

Le ministère du Tourisme appuie sa reddition de comptes sur les orientations stratégiques indiquées au Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance (PDIT).

Il s'agit de faire du tourisme une industrie performante, innovante et durable par la réalisation des volets suivants :

- **Volet 1 :** Renouvellement de l'offre touristique
- **Volet 2 :** Accueil et accès à la destination
- **Volet 3 :** Image de marque du Québec et promotion de la destination à l'étranger
- **Volet 4 :** Investissements privés et innovation
- **Volet 5 :** Partenariats entre les intervenants privés et publics

VOLET 1 : RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Le Ministère veut faire de l'industrie touristique un secteur d'activité innovant et durable qui exerce un effet de levier sur le développement économique du Québec en proposant une destination originale et incontournable aux clientèles internationale, canadienne et québécoise.

Pour ce faire, plusieurs stratégies ont été élaborées par le Ministère :

Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 et plan d'action 2014-2017 / Stratégie maritime – volet tourisme

La Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 et plan d'action 2014-2017, qui a été dévoilée le 27 février 2014, s'appuie sur une vision : faire du Saint-Laurent une icône touristique de calibre international qui fera la fierté des Québécois, jouira d'une notoriété auprès des clientèles étrangères et s'appuiera sur un développement durable aux retombées économiques considérables.

Des choix stratégiques ont permis de déterminer dix pôles de concentration de produits et de services touristiques répartis dans les cinq grandes zones situées le long du Saint-Laurent, et sept produits prioritaires ont été ciblés : les croisières internationales, les croisières fluviales et maritimes, les croisières-excursions, l'observation des mammifères marins, les sites naturels et patrimoniaux, le nautisme et les festivals et événements.

Le plan d'action 2014-2017 comprend des mesures découlant de quatre axes d'intervention :

- **Axe 1 :** Hausser l'attractivité des dix pôles du Saint-Laurent touristique et leurs produits prioritaires
- **Axe 2 :** Développer les produits maritimes stratégiques du Québec de façon durable
- **Axe 3 :** Relier entre eux les pôles du Saint-Laurent touristique par des circuits terrestres et maritimes
- **Axe 4 :** Parfaire nos connaissances (croisières fluviales et maritimes, tourisme nautique)

Ainsi, l'exercice 2014-2015 a permis au Ministère de commencer les travaux de mise en œuvre de la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 et de collaborer à l'élaboration de la Stratégie maritime du Québec.

Stratégie maritime – volet tourisme

Dans le Discours sur le budget 2014-2015, présenté le 4 juin 2014, le gouvernement du Québec a reconnu le potentiel touristique de la voie maritime du Saint-Laurent et l'importance d'en développer les nombreux attraits touristiques. C'est dans ce contexte que le Ministère a annoncé, le 20 février 2015, le déploiement du Programme Stratégie maritime – volet tourisme (SMVT).

Le programme vise à permettre le développement d'une industrie compétitive, durable, innovante et attrayante pour les visiteurs en provenance du Québec et des autres marchés. Il stimulera également l'économie des pôles touristiques indiqués à la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique (SMVSLT) et la création d'emplois par l'accroissement des recettes touristiques et du nombre de visiteurs.

Stratégie touristique québécoise au nord du 49e parallèle

L'objectif de la Stratégie touristique québécoise au nord du 49e parallèle – Cultures et espaces à découvrir est de faire du nord québécois, d'ici 2021, une destination de tourisme durable de classe mondiale, qui procurera une expérience authentique, exceptionnelle et sécuritaire, alliant la cohabitation des peuples nordiques et le respect de la nature, et ce, dans une perspective de développement durable. D'ailleurs, la Stratégie s'inscrit dans la vision de la démarche du Plan Nord, lancé en 2009 par le gouvernement du Québec.

Les territoires visés comprennent les régions touristiques du Nunavik, de la Baie-James, d'Eeyou Istchee, de Duplessis de même qu'une partie des régions de Manicouagan et du Saguenay–Lac-Saint-Jean.

Dans ce dossier, le Ministère joue un rôle de soutien. Ses efforts visent le regroupement des forces de tous les intervenants, soit les associations touristiques régionales (ATR), les associations touristiques sectorielles (ATS) et les communautés, la société civile, les partenaires d'affaires et les instances gouvernementales afin de développer, en partenariat et de façon respectueuse et durable, cette destination touristique nordique. Cette stratégie vise principalement :

- le développement des infrastructures (hébergement, pourvoiries et accueil) ;
- la mise sur pied d'attraits et de produits touristiques ;
- la formation des ressources humaines ;
- la promotion et la mise en marché.

Enfin, la Stratégie dispose également d'un programme d'aide financière adapté aux réalités régionales et locales.

Stratégie marketing 2015-2018 du Ministère

Un groupe de travail mixte, composé de neuf intervenants de l'industrie touristique et de représentants du Ministère, a été mis en place en 2013 ayant comme mandat de :

- réaliser et valider un état des lieux servant d'assises à l'élaboration de la stratégie marketing du Ministère ;
- formuler des recommandations au Ministère pour élaborer sa stratégie marketing.
- Le document « Proposition de stratégie marketing 2015-2018 » du groupe de travail a été déposé au Ministère à l'automne 2014. Ses principales recommandations portent sur :
- le ciblage des marchés prioritaires, secondaires et d'opportunités ;
- les approches marketing à privilégier pour chacun des marchés, à savoir les actions destinées aux spécialistes du voyage, aux médias et aux consommateurs ;
- la détermination des produits séducteurs pour les marchés ;
- la démarche de mise en œuvre et de suivi des actions découlant de la Stratégie.

Programme de développement de l'industrie touristique

Le Programme de développement de l'industrie touristique (PrDIT) vise notamment le renouvellement de l'offre touristique par des produits porteurs qui répondent aux attentes des touristes québécois, canadiens et étrangers en misant sur le potentiel des régions touristiques.

Les différents programmes d'aide financière du Ministère et de ses partenaires apportent un soutien financier à cet égard. En voici les résultats :

Aide financière aux festivals et aux événements touristiques

L'aide financière aux festivals et aux événements touristiques est un outil visant à accroître les recettes touristiques de manière à positionner la destination québécoise sur la scène nationale et internationale, tout en renforçant l'attrait des régions et en favorisant la prolongation du séjour des visiteurs.

En 2014-2015, le Ministère a soutenu financièrement 135 événements répartis dans 18 régions touristiques pour un total de 14,5 millions de dollars, soit :

- pour la période été-automne 2014 (1er mai au 31 octobre 2014), le Ministère a soutenu financièrement 119 événements pour des investissements de 12,7 millions de dollars (incluant 46 ententes triennales en vigueur pour un engagement annuel de 3,7 millions de dollars ;
- pour la période hiver-printemps 2014-2015 (1er novembre 2014 au 30 avril 2015), le Ministère a soutenu financièrement 16 événements pour des investissements de 1,8 million de dollars (incluant six ententes triennales en vigueur pour un engagement annuel de 340 000 dollars).

Ententes de partenariat régional en tourisme

Les ententes de partenariat régional en tourisme (EPRT) sont des outils de développement de l'offre touristique régionale, qui structurent les interventions financières régionales composées chacune des contributions du Ministère, des associations touristiques régionales (ATR) et d'autres partenaires dans le but de soutenir financièrement des projets touristiques. Les ATR ont la responsabilité de la mise en œuvre des projets dans leur région respective et leur adhésion est sur une base volontaire. Le Ministère apparie les sommes que les ATR souhaitent investir, et ce, avec les 18 ATR signataires.

En 2014-2015, le soutien financier du Ministère a été de 5 millions de dollars et celui de ses partenaires de 6,9 millions de dollars. Au total, 11,9 millions de dollars ont permis de soutenir 228 projets touristiques dans les régions, générant ainsi des investissements de 78,1 millions de dollars.

Aide au développement touristique au nord du 49e parallèle

L'aide au développement touristique au nord du 49e parallèle (ADN49) favorise le développement des infrastructures touristiques et la création de produits touristiques en partenariat avec les acteurs de l'industrie locale et régionale (incluant les communautés autochtones). Le développement du potentiel touristique au nord du 49e parallèle vise à faire de ce territoire une destination touristique recherchée de calibre international.

En 2014-2015, des aides financières de plus de 2,1 millions de dollars ont été accordées à 12 projets qui devraient générer des investissements de 20 millions de dollars. Ces projets se sont déployés dans cinq des six régions touristiques au nord du 49e parallèle, soit les régions de la Baie-James, de Duplessis, d'Eeyou Istchee, de Manicouagan et du Nunavik.

Autres programmes

En plus du PrDIT, le Programme d'appui au développement des attraits touristiques (PADAT) et le Fonds tourisme PME sont déployés afin d'accorder des prêts et des garanties de prêt aux entreprises touristiques admissibles. De plus, un crédit d'impôt remboursable favorise désormais le renouvellement de l'offre d'hébergement touristique des régions. Ces mesures et d'autres appuient la mise en œuvre du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 (PDIT).

Programme d'appui au développement des attraits touristiques

Le PADAT dispose d'une enveloppe financière de 85 millions de dollars sur cinq ans (2013-2018) répartie également à raison d'un maximum de 17 millions de dollars par année, dont 10,2 millions de dollars en prêts et 6,8 millions de dollars en garanties de prêt. Le programme permet d'octroyer des prêts et garanties de prêt variant entre 150 000 dollars et 2 millions de dollars.

Les objectifs du PADAT sont les suivants :

- stimuler les investissements privés au profit du renouvellement de l'offre touristique au Québec ;
- soutenir les projets de développement de produits touristiques novateurs et complémentaires à ceux qui existent déjà ;
- permettre d'assurer la croissance des entreprises performantes du secteur touristique au Québec ;
- offrir un accès au financement adapté aux réalités de l'industrie touristique.

Le PADAT s'adresse aux entreprises existantes (au stade de maturité ou en croissance) enregistrées comme organismes à but lucratif ou organismes à but non lucratif, qui présentent un potentiel de rentabilité provenant de toutes les régions du Québec. La gestion du programme a été confiée à Investissement Québec, par l'entremise de la division Investissement Québec Tourisme (IQ Tourisme). Ainsi, le Ministère participe au processus d'analyse des projets par la production d'un avis de pertinence touristique réalisé en collaboration avec l'ATR concernée.

En 2014-2015, le Ministère a émis treize avis favorables à IQ Tourisme. Au 31 mars 2015, cinq promoteurs avaient accepté l'offre de financement, sept dossiers étaient en phase d'offre de financement et un promoteur avait décliné l'offre de financement. À terme, IQ Tourisme pourrait accorder 10,1 millions de dollars en prêts et 700 000 dollars en garanties de prêt, soutenant ainsi des investissements de 52,9 millions de dollars.

Fonds tourisme PME

Le Fonds tourisme PME de Filaction prend la forme d'une société en commandite et il est doté d'une capitalisation de 5 millions de dollars, dont 1,7 million de dollars provenant du gouvernement du Québec et 3,3 millions de dollars de Filaction. Le Fonds finance les projets de petites entreprises touristiques qui contribueront à améliorer l'offre touristique et il permet d'accorder des prêts et des garanties de prêt, variant de 25 000 dollars à 250 000 dollars, aux entreprises touristiques admissibles.

Le Fonds est géré par Filaction tandis que le Ministère est membre du comité consultatif, lequel se prononce sur la pertinence touristique des projets recommandés par Filaction. En 2014-2015, quatre promoteurs ont accepté l'offre de financement représentant 765 000 dollars en prêts pour des investissements totaux de 2,7 millions de dollars.

Crédit d'impôt remboursable favorisant la modernisation de l'offre d'hébergement touristique

Cette mesure fiscale est destinée à accélérer et à intensifier les investissements des infrastructures d'hébergement en région. Les travaux de rénovation hôtelière effectués en dehors des régions métropolitaines de recensement de Montréal et de Québec donneront droit à un crédit d'impôt de 25 % des dépenses admissibles.

En 2014-2015, pas moins de 64 sociétés ont bénéficié du crédit d'impôt pour un montant de 4,4 millions de dollars, selon Revenu Québec qui est responsable de la gestion de cette mesure.

Programme d'aide financière aux projets d'infrastructures portuaires et touristiques

La mise en œuvre de la Stratégie de développement durable et de promotion des croisières internationales sur le fleuve Saint-Laurent 2008-2013, lancée en mai 2008 par le gouvernement du Québec, s'est traduite, entre autres, par la création du Programme d'aide financière aux projets d'infrastructures portuaires et touristiques. Arrivé à terme, il a été reconduit le 31 mars 2013 pour une période de trois ans.

En 2014-2015, aucune aide financière n'a été accordée par l'intermédiaire de ce programme.

VOLET 2 : ACCUEIL ET ACCÈS À LA DESTINATION

Améliorer l'accueil à l'Aéroport international Pierre-Elliott-Trudeau de Montréal et à l'Aéroport international Jean-Lesage de Québec

Le Ministère a amorcé des actions en vue d'améliorer l'accueil des touristes dès leur arrivée à destination, comme le prévoit le PDIT. En 2014-2015, différents visuels ont été produits, dont une affiche géante dite d'accueil qui a été installée dans la zone des arrivées internationales à l'Aéroport international Pierre-Elliott-Trudeau de Montréal.

Cette affiche arbore différentes scènes touristiques québécoises sous l'effigie de la marque QuébecOriginal et elle informe les voyageurs à propos des différents moyens pour joindre les services d'accueil et d'information du Ministère.

L'accueil à l'Aéroport international Pierre-Elliott-Trudeau de Montréal est complété par la diffusion d'une vidéo promotionnelle de 30 secondes projetée toutes les six minutes sur les écrans numériques installés également dans la zone des arrivées internationales. Nous y trouvons les mêmes renseignements concernant les points de service d'accueil et de renseignements touristiques du Ministère.

Riche de ces réalisations, le Ministère entamera la même démarche en 2015-2016 pour améliorer l'accueil à l'Aéroport international Jean-Lesage de Québec.

Poursuivre la modernisation du système québécois de gestion de la destination (SQGD), et y implanter une nouvelle solution technologique transactionnelle de la Place de marché

Le SQGD est un ensemble de solutions technologiques sécurisées assorti de fonctionnalités qui sont au cœur des opérations et qui soutiennent les actions promotionnelles du Ministère ainsi que les services d'information touristique et de réservation offerts par de multiples canaux (centres Infotouriste, centre d'appels, site Web QuébecOriginal du Ministère, sites Web des partenaires de l'industrie et les lieux d'accueil et de renseignements touristiques non gouvernementaux). Le SQGD contribue à :

- promouvoir et commercialiser la destination, ses produits et ses services ;
- diffuser de l'information touristique (banque de données de près de 17 000 prestations touristiques) ;
- vendre des prestations touristiques du Québec (réservations) ;
- améliorer la connaissance de nos clientèles ;
- faciliter les communications et les échanges avec les consommateurs et l'industrie.

Le Ministère a amorcé l'actualisation du SQGD prévue au PDIT par la mise en ligne d'une nouvelle solution de réservation plus performante et plus conviviale, choisie de concert avec les partenaires de l'industrie touristique.

La nouvelle solution offre une connectivité accrue avec les systèmes de réservation utilisés dans l'industrie et elle propose un extranet plus moderne aux établissements d'hébergement qui n'ont pas de système de distribution des inventaires. Elle permet de diffuser les offres commerciales des établissements des diverses régions du Québec sur différents canaux : le site promotionnel du Ministère (QuebecOriginal.com) comme le site de partenaires, tels la Société des attractions touristiques du Québec (quebecvacances.com), l'Office du tourisme de Québec et Tourisme Mauricie.

Elle a également été déployée dans le réseau des lieux d'accueil et de renseignements touristiques du Ministère (centres Infotouriste et centre d'appels) et dans les lieux d'accueil et d'information touristique non gouvernementaux en région.

Le nombre d'établissements d'hébergement qui ont adhéré à la nouvelle solution de réservation a augmenté de 16 % depuis l'implantation de celle-ci en mai 2014 (68 nouveaux établissements). Au-delà de la réservation d'hébergement, la nouvelle solution a le potentiel d'offrir la réservation pour d'autres types de prestation touristique.

Enfin, la refonte du site promotionnel a été amorcée à l'été 2014.,

VOLET 3 : IMAGE DE MARQUE DU QUÉBEC ET PROMOTION DE LA DESTINATION À L'ÉTRANGER

Depuis qu'elle a été lancée en 2012, la marque QuébecOriginal se distingue des autres. Elle colore les campagnes promotionnelles et les actions de commercialisation de la destination réalisées par le Ministère sur les marchés hors Québec.

En 2014-2015, le Ministère a planifié et mis en œuvre cinq campagnes promotionnelles QuébecOriginal (quatre estivales et une hivernale) au coût de 5,9 millions de dollars, dont 1,4 million de dollars défrayés par des partenaires.

De façon générale, ces campagnes avaient pour objectif d'augmenter la notoriété de la destination québécoise et de renforcer le positionnement de l'image de marque QuébecOriginal.

Campagne promotionnelle au Québec — Été 2014 : du 14 mai au 29 juillet 2014
Coût : 1,6 M$ (dont 522 K$ provenant de partenaires)

Les partenaires : 5 ATR (Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Laval, Québec, Montréal), la Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ), la Société des établissements de plein air du Québec (SÉPAQ) et la Société des casinos du Québec.

Avec cette campagne, le Ministère voulait inciter les Québécois à prendre leurs vacances au Québec et accroître la fréquence de leurs séjours, tout en assurant la visibilité de l'image de marque QuébecOriginal auprès des Québecois, principaux ambassadeurs de notre destination.

Thème 2014 : *« Nous sommes QuébecOriginal. Qu'est-ce qu'on fait la fin de semaine prochaine ».* Des actions promotionnelles ont aussi été réalisées en anglais sur le thème *« Québec thrills you. Let's not wait »*, par l'entremise de la version anglaise du microsite.

Campagne promotionnelle en France — Été 2014 : du 18 mars à la mi-juin 2014
Coût : 1,3 M$ (dont 305 K$ provenant de partenaires)

Les partenaires : 6 ATR (Québec, Abitibi-Témiscamingue, Charlevoix, Laurentides, Montréal, Saguenay-Lac-Saint-Jean), 2 regroupements Québec Authentique (régions de Lanaudière et Mauricie), Québec maritime (régions de Manicouagan, Duplessis, Bas-Saint-Laurent, Gaspésie et Îles-de-la-Madeleine), SÉPAQ, Air Canada, Air Transat et Corsair.

Sur le thème « Cet été, on vous attend », la stratégie de création visant le marché français s'inscrit en continuité avec la campagne « Tripant » de l'année précédente, en capitalisant sur les cinq vidéos promotionnelles réalisées en mai 2014. Les expériences et les produits d'appel mis de l'avant sont, notamment : l'immensité, le fleuve Saint-Laurent, les parcs nationaux, l'observation de la faune, les activités de plein air (kayak, randonnée pédestre, canot, etc.), l'animation de nos grandes villes et leurs nombreux festivals.

Campagne promotionnelle en Ontario — Été 2014 : du 5 mai au 20 juillet 2014
Coût : 860,9 K$ (dont 125 K$ provenant de partenaires)

Les partenaires : 3 ATR (Charlevoix, Laurentides, Québec), Québec maritime et la SATQ.

Cette campagne avait pour but de créer une perception positive du Québec, en visant précisément les consommateurs de la grande région de Toronto et de la ville d'Hamilton.

À cette fin, la ligne créative de la campagne « oui... do you ? », qui a connu du succès, l'année précédente, lors de la campagne hivernale destinée aux États-Unis, a été réutilisée pour la campagne de l'été 2014 en Ontario. Elle communique un message sur la diversité de l'offre et souligne le caractère unique, authentique et francophone de la destination.

Campagne promotionnelle aux États-Unis — Été 2014 : du 5 mai au 20 juillet 2014
Coût : 1,2 M$ (dont 100 K$ provenant de partenaires)

Les partenaires : 4 ATR (Cantons-de-l'Est, Charlevoix, Laurentides, Québec) et Air Canada.

La ligne créative « oui... do you ? » a également été employée pour la campagne estivale 2014 aux États-Unis.

Campagne promotionnelle en France— Hiver 2014-2015 : du 13 octobre au 21 décembre 2014
Coût : 923 K$ (dont 305 K$ provenant de partenaires)

Les partenaires : 6 ATR (Québec, Charlevoix, Laurentides, Montréal, Outaouais, Saguenay-Lac-Saint-Jean), 2 regroupements (Québec Authentique et Québec maritime), la SÉPAQ, Air Canada et Air Transat.

En continuité avec les campagnes QuébecOriginal des années antérieures, cette campagne 100 % Web était déclinée sur le thème « J'ai mon voyage! [ah ça alors] ou [c'est un truc de ouf!] ». Elle invitait la clientèle venant de la France à vivre « L'hiver à fond » en découvrant nos régions et nos parcs nationaux, grâce à une foule d'activités : randonnées en raquettes, en traîneau à chiens ou en motoneige, glissade, patinage et pêche sur glace, sans compter nos nombreux festivals. Le microsite de la campagne a fait la promotion des activités et plaisirs du tourisme hivernal. Un concours à également été tenu dans les médias sociaux, en collaboration avec Voyages SNCF.

Outils promotionnels

En appui aux grandes campagnes publicitaires ou en soutien stratégique à certaines campagnes Web, le Ministère élabore des documents promotionnels imprimés et numériques en plusieurs langues (feuillets d'information, cartes, signets, invitations, etc.) s'adressant autant aux partenaires de l'industrie qu'au grand public.

En 2014-2015, le Ministère a :

- produit 3 000 exemplaires en anglais d'une brochure de 20 pages qui positionne le tourisme de nature au Québec, principalement destinée aux consommateurs de différents salons, bourses et foires aux États-Unis et disponible en ligne ;
- poursuivi le renouvellement de ses outils promotionnels imprimés et audiovisuels (tournage, tournée Instagram et acquisition de diverses photos et vidéos) afin d'alimenter la photothèque et la vidéothèque du Ministère.

De plus, afin de soutenir les efforts de promotion de la destination, le Ministère a habillé le centre Infotouriste de Montréal aux couleurs de l'image de marque QuébecOriginal.

Commercialisation et relations de presse

En 2014-2015, 592 activités comprenant principalement des relations de presse (339), des activités commerciales (181) et de promotion en territoire (72) ont été amorcées ou poursuivies par le Ministère et les bureaux de Destination Québec.

Les actions associées aux relations de presse totalisant un investissement de 920 000 dollars ont permis au Ministère d'accueillir 580 journalistes étrangers dans les régions touristiques du Québec. Les retombées médiatiques des séjours de ces représentants des médias au Québec sont estimées à 47 millions de dollars.

De plus, le Ministère a contribué à une trentaine d'activités de promotion, commercialisation et démarchage organisées par la Commission canadienne du tourisme sur les différents marchés communs, principalement la Chine, les États-Unis, le Royaume-Uni et la France, totalisant un investissement de plus de 420 000 dollars.

Représentation à l'étranger

Jusqu'à l'échéance des contrats au 31 mars 2015, le Ministère disposait d'un réseau de sept bureaux Destination Québec, gérés par des entreprises privées spécialisées en promotion touristique, localisés en Ontario, aux États-Unis (New York et Chicago), en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Chine, dont le mandat consistait notamment à assurer :

- une présence auprès des voyagistes afin de susciter la promotion et l'intégration de la destination québécoise dans les programmes offerts ;
- la commercialisation et les activités de relations de presse en territoire.

Des appels d'offres publics ont été lancés le 23 février 2015 pour assurer la représentation du Ministère sur les marchés hors Québec à compter du 1er avril 2015.

Programme de développement de l'industrie touristique (PrDIT) — Aide à la promotion, à la commercialisation et au démarchage

En 2014-2015, plusieurs organismes de l'industrie touristique ont bénéficié d'une aide financière afin de soutenir la promotion, la commercialisation et le démarchage.

Dans le but d'accroître le rayonnement international de la destination et celui des produits touristiques québécois sur les marchés hors Québec, le Ministère favorise l'appropriation, l'utilisation et la diffusion de la marque QuébecOriginal par les partenaires, dans le cadre de leurs actions de commercialisation sur les marchés hors Québec. Ainsi, le Ministère a accordé :

- une aide de 143 750 dollars à Holland America Line pour réaliser, en partenariat avec l'Office du tourisme de Québec (OTQ), une campagne visant à promouvoir les nouveaux itinéraires de Holland America Line comprenant des embarquements dans les principaux ports du Saint-Laurent ;
- une aide de 90 000 dollars à la Fédération des pourvoiries du Québec pour promouvoir les produits chasse et pêche sur les marchés hors Québec ;
- une aide de 150 000 dollars à l'Association de villégiature Tremblant pour un partenariat avec les principaux acteurs de la région afin de positionner Tremblant comme destination de villégiature de premier choix auprès des décideurs du tourisme d'affaires sur le marché ontarien et de présenter une offre de transport aérien à la clientèle affaires.

D'autres associations ont également reçu un soutien financier du Ministère :

- la Société des Attractions Touristiques du Québec a reçu une aide de 170 000 dollars pour la campagne « QuébecMust » qui vise à faire la promotion des attractions touristiques du Québec dans différentes régions ;
- ATR associées du Québec a reçu une aide de 300 000 dollars pour des campagnes promotionnelles sur les produits ski et motoneige auprès des marchés des États-Unis et de l'Ontario ;
- Tourisme Côte-Nord/Manicouagan a reçu une aide de 300 000 dollars pour la campagne promotionnelle estivale « Viens voir les Baleines » sur les marchés du Québec, de l'Ontario et des États-Unis ;
- Aventure Écotourisme Québec a reçu une aide de 60 000 dollars pour des actions de mise en marché des produits nature ;
- Association touristique du Nunavik a reçu une aide de 25 000 dollars pour sa campagne de promotion du Nunavik sur les marchés hors Québec.

VOLET 4 : INVESTISSEMENTS PRIVÉS ET INNOVATION

Le PDIT vise à accompagner les entrepreneurs touristiques grâce à des mesures de soutien professionnel, de formation aux gestionnaires et d'adoption de meilleures pratiques d'affaires.

En 2014-2015, le Ministère a poursuivi son partenariat avec le Mouvement québécois de la qualité (MQQ). Ce réseau fournit, entre autres, différents outils aux associations touristiques sectorielles participantes de façon à susciter l'implantation de meilleures pratiques d'affaires et à favoriser le développement de la performance au sein des entreprises touristiques québécoises. Au cours de l'année financière, deux rencontres des membres du réseau des associations touristiques sectorielles et trois rencontres de ceux du réseau des entreprises touristiques ont été tenues.

Le Ministère a participé au Salon sur les meilleures pratiques d'affaires organisé par le MQQ. Le Salon réunit annuellement plus de 2 500 dirigeants et gestionnaires autour des thèmes de l'innovation, de l'amélioration continue et de la qualité. Depuis 2011, le Ministère dispose d'une vitrine particulière au sein d'un « Îlot tourisme » dans le cadre du Salon.

Une entente avec Services Québec a également été renouvelée afin que l'ensemble des entreprises touristiques bénéficie d'un accès simplifié à l'information sur les programmes d'aide financière et les formations par l'entremise de l'espace Entreprises du portail gouvernemental.

Par ailleurs, le Ministère joue un rôle de conseiller dans le cadre de la réalisation de différents projets du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme.

VOLET 5 : PARTENARIATS ENTRE LES INTERVENANTS PRIVÉS ET PUBLICS

Soutien aux associations touristiques régionales

Les ATR sont des personnes morales à but non lucratif et autonomes créées en vertu de la partie III de la Loi sur les compagnies, par leur milieu régional, à l'exception de l'Office du tourisme de Québec qui est un service de la Ville de Québec. Les principaux mandats des ATR sont : la promotion, la mise en marché, l'accueil, l'information, la signalisation touristique et le développement de l'offre touristique.

À la suite du renouvellement des ententes 2014-2015 avec les ATR, qui sont définies de manière à apprécier la performance des actions et des investissements touristiques, le Ministère a accordé en 2014-2015 une aide financière de 10 millions de dollars répartie entre les 22 ATR.

Soutien aux associations touristiques sectorielles

Les ATS sont également des personnes morales à but non lucratif et elles agissent à titre de porte-parole reconnu d'un produit ou d'un secteur touristique. Elles regroupent des fournisseurs de biens et de services touristiques. Les ATS jouent un rôle d'accompagnement actif auprès des entreprises touristiques de leur secteur.

Dans le cadre du programme d'aide financière accordée aux 18 ATS, le Ministère offre son soutien à celles-ci afin qu'elles réalisent leur mandat en matière de développement, d'entrepreneuriat, d'acquisition de connaissances stratégiques et de mise en marché.

En 2014-2015, l'aide financière accordée aux ATS a totalisé 1,9 million de dollars, dont 500 000 dollars provenaient de la Stratégie québécoise de l'entrepreneuriat. Pour le volet mise en marché de ce programme, le Ministère a accordé à 16 ATS une aide de 494 900 dollars afin quelles réalisent des actions principalement au Canada, aux États-Unis et en Europe. Les ATS produisent notamment des documents promotionnels destinés aux clientèles hors Québec et elles participent à des salons, des bourses et des foires.

Comme prévu à l'entente triennale conclue dans le cadre du PrDIT, le Ministère a accordé à l'Association des croisières du Saint-Laurent (ACSL) une aide financière de 600 000 dollars en 2014-2015 pour accompagner les escales dans la mise en œuvre d'une politique d'accueil et promouvoir la destination Saint-Laurent.

Taxe sur l'hébergement

Depuis 1996, le gouvernement du Québec offre aux régions touristiques la possibilité de se doter d'une source de financement pour la promotion et le développement touristiques: la perception d'une taxe sur l'hébergement. La valeur de cette dernière est de 2 dollars ou 3 dollars la nuitée par unité louée ou encore 3 % sur le prix de la nuitée, selon la décision de l'ATR où se situe l'établissement d'hébergement. L'ATR de Montréal fait exception en appliquant un taux de 3,5 %.

En 2014-2015, 50,7 millions de dollars ont été versés aux ATR, qui ont bénéficié ainsi d'une augmentation de près de 2 millions de dollars, soit une majoration de 3,9 % par rapport au montant versé en 2013-2014.

Résultats relatifs à la Déclaration de services aux citoyens

TABLEAU 1

Résultats à l'égard des services offerts par téléphone 2014-2015

Engagements	Indicateurs Évaluation des visiteurs	RÉSULTATS 2014-2015[1] Pourcentage de satisfaction (très bien et excellent)	RÉSULTATS 2013-2014 Pourcentage de satisfaction (très bien et excellent)
Services gratuits offerts de différentes manières, en plusieurs langues et pour diverses clientèles	Accessibilité des services	ND	99%
	Temps d'attente	ND	99%
Service courtois et respectueux	Accueil et courtoisie	ND	99%
Renseignements précis, clairs, variés et adaptés aux besoins des clientèles	Qualité des services reçus des préposés aux renseignements	ND	98%

[1] En raison d'une réorganisation administrative amorcée en 2014-2015, le sondage d'évaluation des services offerts par téléphone n'a pas été réalisé pour cet exercice financier.

TABLEAU 2

Résultats de l'évaluation des services offerts aux centres Infotouriste 2014-2015

Engagements	Indicateurs Évaluation des visiteurs	RÉSULTATS 2014-2015 Pourcentage de satisfaction (très bien et excellent)	RÉSULTATS 2013-2014 Pourcentage de satisfaction (très bien et excellent)
Services gratuits offerts de différentes manières, en plusieurs langues et pour diverses clientèles	Accessibilité des services	95%	96%
	Temps d'attente	95%	92%
Service courtois et respectueux	Accueil et courtoisie	99%	98%
Renseignements précis, clairs, variés et adaptés aux besoins des clientèles	Qualité des services reçus des préposés aux renseignements	98%	97%

Le sondage sur la perception de la clientèle concernant la qualité des services offerts dans les centres Infotouriste a été mené auprès de 1 278 répondants. Ces visiteurs venaient des autres provinces canadiennes (28,4 %), de l'Europe (26,8 %), des États-Unis (24,5 %) et du Québec (14,7 %). Ils voyageaient en couple (41,9 %) ou en famille (37,9 %). La raison principale de leur visite aux centres était d'obtenir des renseignements touristiques (82,4 %) et de se procurer de la documentation touristique (guides, cartes et brochures dans 71,3 % des cas).

Résultats à l'égard du traitement des plaintes

Le Ministère s'engage à donner suite aux commentaires de clients insatisfaits relativement à ses activités et à transmettre aux entreprises touristiques, dans un délai de deux jours ouvrables, ceux qui concernent leurs activités.

En 2014-2015, le Ministère a reçu 238 plaintes comparativement à 368 en 2013-2014. Ces plaintes portent dans 66 % des cas sur les services offerts par une entreprise touristique comme les établissements d'hébergement touristique, les attraits touristiques et les moyens de transport.

TABLEAU 3

Nombre de plaintes par catégorie

Catégorie	Nombre de plaintes en 2014-2015	Nombre de plaintes en 2013-2014
Activités du ministère du Tourisme	24	34
Activités d'autres ministères ou organismes publics	40	36
Activités de l'industrie touristique	158	265
Dénonciations d'établissements d'hébergement touristique illégaux reçues au ministère du Tourisme	16	33

Tous les commentaires ou plaintes reçus ont été consignés dans un registre et un suivi a été fait par le Ministère ou l'un de ses partenaires ou mandataires. Les plaintes reçues relatives à des sujets ne relevant pas de la compétence du Ministère ont été acheminées aux ministères ou organismes publics concernés.

Par ailleurs, le Ministère donne également suite aux commentaires négatifs et aux plaintes concernant le service de réservation offert par son réseau (centres Infotouriste, centre d'appels et site Web QuébecOriginal). À cet égard, 129 plaintes ont été traitées au cours de l'exercice financier.

UTILISATION DES RESSOURCES

Ressources humaines

Effectif

Le Ministère a vu son nombre d'employés réguliers en place diminuer au cours des dernières années. Ainsi, au 31 mars 2015, il employait 232 personnes comparativement à 244 au 31 mars 2014[1]. Par conséquent, il a contribué en 2014-2015 à la réduction de la taille de la fonction publique par l'élimination de 7 équivalents temps complet (ETC) de l'effectif utilisé et de 6 postes réguliers consécutivement aux départs à la retraite.

TABLEAU 4

Répartition de l'effectif

	2014-2015	2013-2014	Écart
Effectif régulier en poste au 31 mars	232	244	12
Effectif utilisé au 31 mars	254	261	7

Sources : Rapport SAGIR, Suivi des postes et de l'effectif. Suivi mensuel des ETC en provenance du Secrétariat du Conseil du trésor (données préliminaires).

Formation et développement du personnel

Au cours de l'année, le Ministère s'est appliqué notamment à faire acquérir de nouvelles connaissances à son personnel en matière technologique. Plus particulièrement, l'implantation de la phase 2 de SAGIR et la nouvelle plateforme de réservation du SQGD ont donné lieu à des formations de ce type.

TABLEAU 5

Répartition des dépenses totales destinées à la formation et au développement du personnel par champ d'activité

	Année civile	
	2014	2013
Favoriser le champ d'activité ou l'orientation stratégique « Développement des compétences »	43 950 $	41 847 $
Soutenir l'acquisition d'habiletés de gestion	24 152 $	50 779 $
Acquérir de nouvelles connaissances technologiques	81 354 $	29 685 $
Favoriser l'intégration du personnel et le cheminement de carrière	14 043 $	38 705 $
Améliorer les capacités de communication orale et écrite	7 185 $	24 940 $

Source : SADE - Rapport sur la formation, année civile 2014.
Note : Ces données incluent les salaires et les frais directs et indirects. Les étudiants sont exclus du calcul.

1 Un organigramme détaillé est disponible à l'annexe III.

TABLEAU 6

Évolution des dépenses en formation

	Année civile	
	2014	**2013**
Proportion de la masse salariale (en %)	0,97	1,07
Nombre moyen de jours de formation par personne	2,57	1,78
Montant alloué par personne	694 $	696 $

Source : SADE - Rapport sur la formation année civile 2014 et rapport SAGIP – informations relatives à la masse salariale

TABLEAU 7

Jours de formation selon les catégories d'emploi

	Année civile	
	2014	**2013**
Cadre	33,2	92,9
Professionnel	219,3	286,1
Fonctionnaire	379,5	97,4

Source : SADE -Rapport sur la formation année civile 2014

Planification de la main-d'œuvre

TABLEAU 8

Nombre d'employés par catégorie d'emploi ayant pris leur retraite

	2014-2015	**2013-2014**
Cadre	0	0
Professionnel	4	2
Fonctionnaire	6	7

Source : Tableau de suivi des retraites DRH

Taux de départs volontaires

Le taux de départs volontaires se calcule en divisant le nombre de départs à la retraite, de mutations, de promotions vers un autre ministère et de démissions par le nombre moyen d'employés. Pour l'année 2014-2015, le Ministère affiche un taux légèrement supérieur à celui de la fonction publique. Effectivement, le taux de départs volontaires du Ministère est de 9,26 comparativement à 7,59 pour la fonction publique. Il s'agit toutefois de données préliminaires pour les neuf premiers mois de l'année.

TABLEAU 9

Taux de départs volontaires (taux de roulement) du personnel régulier

	2014-2015	2013-2014
Taux de départs volontaires (en %)	9,26[1]	13,24

(1) Données préliminaires d'avril à décembre 2014.
Source : Rapport média du Secrétariat du Conseil du trésor – extraction du 2 mai 2015.

Bonis au rendement

L'article 8 de la Loi mettant en œuvre certaines dispositions du Discours sur le budget prononcé le 30 mars 2010 et visant le retour à l'équilibre budgétaire en 2013-2014 et la réduction de la dette (2010, chapitre 20), comme modifié par l'article 129 du chapitre 16 des lois de 2013, prévoit qu'aucun boni fondé sur le rendement ne peut être accordé aux cadres et aux cadres juridiques à l'égard de l'exercice financier 2014-2015.

TABLEAU 10

Bonis au rendement accordés en 2014-2015 pour la période d'évaluation du rendement du 1er avril 2013 au 31 mars 2014

Statut	Nombre de bonis au rendement	Montant total
Cadres	0	0,00 $
Cadres juridiques	s. o.	s. o.
Titulaires d'un emploi supérieur à temps plein	0	0,00 $
TOTAL	0	0,00 $

Ressources budgétaires et financières

Le tableau suivant présente la répartition de l'ensemble des dépenses du programme Promotion et développement du tourisme du Ministère en 2014-2015.

TABLEAU 11

Budget et dépenses du programme Promotion et développement du tourisme du Ministère

Secteur d'activité ou orientation	Budget de dépenses 2014-2015[1] (M$)	Dépenses probables 2014-2015 (M$)	Dépenses réelles 2013-2014[2] (M$)	Écart[3] (M$)	Variation[4] (%)
Promotion et développement du tourisme	126,7	123,6	135,9	12,3	9,1 %

1. Secrétariat du Conseil du trésor, *Budget de dépenses 2015-2016, Renseignements supplémentaires*, p. 60.
2. Ministère des Finances, *Comptes publics 2013-2014, volume 2*, p. 222.
3. Écart entre les dépenses probables 2014-2015 et les dépenses réelles 2013-2014.
4. Résultat de l'écart divisé par les dépenses réelles 2013-2014.

Explication des écarts

Comparaison entre le budget de dépenses et les dépenses probables en 2014-2015

Les dépenses probables du Ministère en 2014-2015 affichent une baisse de 3,1 millions de dollars par rapport au budget de dépenses initial. Cette réduction provient essentiellement des mesures d'économie appliquées au budget de dépenses.

Comparaison entre les dépenses probables 2014-2015 et les dépenses réelles en 2013-2014

Les dépenses probables en 2014-2015 du programme Promotion et développement du tourisme sont inférieures de 12,3 millions de dollars par rapport aux dépenses réelles en 2013-2014. Cette diminution s'explique par le versement non récurrent de 5,1 millions de dollars au Fonds de partenariat touristique en 2013-2014, par les ajustements aux coûts de reconduction et par les mesures de réduction de dépenses de 12 millions de dollars ainsi que par les crédits additionnels de 4,8 millions de dollars alloués aux sociétés d'État pour le service de la dette.

Mesures de réduction de dépenses

Pour l'exercice financier 2014-2015, le respect de l'objectif de dépenses fixé lors du dépôt du Budget de dépenses 2014-2015 a exigé des efforts importants. Ainsi, le Conseil du trésor a procédé à une première suspension du droit d'engager des crédits correspondant aux gains de productivité représentant 2 % de la masse salariale. Le Ministère a par ailleurs consenti à des efforts équivalant à une réduction de 3 % des dépenses de fonctionnement ainsi qu'au resserrement dans l'octroi et la promesse de subventions, le cas échéant.

Dans le cadre du suivi budgétaire de l'automne 2014, le Conseil du trésor a également décrété une deuxième suspension du droit d'engager des crédits. En conséquence, les crédits disponibles du Ministère ont été diminués du même montant essentiellement pour couvrir les dépassements et risques de dépassement afin de respecter l'objectif de croissance des dépenses du gouvernement.

TABLEAU 12

Mesures de réduction de dépenses pour l'exercice 2014-2015

Nature des dépenses	Cible de réduction (K $)	Réduction réalisée (K $)
Gains de productivité représentant 2 % de la masse salariale	415,6	415,6
Gains de productivité représentant 3 % des dépenses de fonctionnement	157,4	157,4
Suspension additionnelle du droit d'engager	306,1	306,1

Ressources informationnelles

TABLEAU 13

Dépenses et investissements prévus et réels en ressources informationnelles pour l'année 2014-2015 (en milliers de dollars)

	Dépenses et investissements prévus (K$)	Dépenses et investissements réels (K$)	Explication sommaire des écarts
Activités d'encadrement	672,8	641,6	
Activités de continuité	6 584,3	6 327,7	Rationalisation des activités en fonction des disponibilités budgétaires
Projets	0,0	0,0	
TOTAL	7 257,1	6 969,3	

Source : Bilan annuel des réalisations en matière de ressources informationnelles 2014-2015 du Fonds de partenariat touristique.

Au cours de l'année 2014-2015, le secteur des ressources informationnelles a continué à soutenir les démarches du Ministère, dont les travaux concernant le modèle d'affaires et de gouvernance en tourisme au Québec. Ainsi, il a mis en place un environnement bureautique de collaboration et de gestion documentaire accessible tant aux employés du Ministère qu'aux collaborateurs externes. Une nouvelle formule de prestation électronique de services, le « portail ATS », a également été mise en ligne. Ce portail facilite et accélère les échanges d'information entre le Ministère et ses partenaires, les ATS. Le Ministère a également mis à profit de façon plus intensive les ressources informationnelles dans ses secteurs administratifs. En conséquence, les activités de reddition de comptes peuvent dorénavant être produites de façon plus efficace à l'aide d'outils informatiques performants.

Le Ministère a aussi fait prendre un nouveau virage au SQGD en décembre 2014, au terme de l'entente de partenariat avec Bell Canada. Une période de transition a débuté en janvier 2015 ; elle a permis au Ministère de redéfinir la portée de ce système et de le faire évoluer pour répondre aux besoins nouveaux exprimés par l'industrie touristique.

Sécurité de l'information

L'utilisation sans cesse croissante d'information de toute nature concernant les diverses clientèles du Ministère soulève des questions cruciales, soit celles de la disponibilité de l'information, de son intégrité et de sa confidentialité.

En 2014-2015, dans une démarche globale et intégrée de sécurité de l'information, le Ministère a renouvelé ses engagements en la matière en actualisant son plan d'action triennal 2015-2018 et ses composantes. Le plan vise à :

- assurer la pérennité de la gestion de la sécurité de l'information ;
- minimiser les risques à l'égard de la sécurité de l'information ;
- sensibiliser les utilisateurs aux bonnes pratiques en matière de sécurité de l'information ;
- consolider la gestion des incidents critiques de sécurité de l'information et garantir la continuité des services dans le cas d'une atteinte à la sécurité de l'information.

À cet égard, au cours de l'exercice financier, le Ministère a complété sa campagne de sensibilisation aux bonnes pratiques en matière de sécurité de l'information qui était destinée aux utilisateurs de l'organisation. Lancée en septembre 2013, cette campagne intégrait à la fois les actions relatives aux dimensions de sécurité de l'information, de protection des renseignements personnels, d'éthique, de qualité de la langue française et de droits d'auteur en plus d'inclure les aspects non numériques de la sécurité de l'information comme l'utilisation des technologies mobiles et la sécurité physique.

EXIGENCES DÉCOULANT DE LOIS, DE POLITIQUES ET D'AUTRES DOCUMENTS GOUVERNEMENTAUX

Accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels – Règlement sur la diffusion de l'information et sur la protection des renseignements personnels

Durant l'exercice 2014-2015, le Ministère a traité 55 demandes d'accès à l'information. L'objet des requêtes avait trait à des renseignements des plus variés, dont la réalisation des programmes et les dépenses effectuées par le Ministère.

Parmi ces 55 demandes d'accès; 51 ont fait l'objet d'une décision rendue dans un délai de 20 jours ; 2 demandes ont reçu une réponse en 21 jours et une en 22 jours, mais à la satisfaction du demandeur; 1 demande a été conclue dans un délai de 40 jours afin de respecter les étapes de traitement et les échéances prévues lors de la consultation auprès de tiers. Dans ce cas-ci, les associations touristiques régionales ont été consultées.

En somme, 53 demandes ont été acceptées, une demande partiellement acceptée tandis qu'une autre demande a été refusée en vertu de l'article 34 (document du bureau de la ministre).

Nombre de demandes d'accès pour l'année 2014-2015

Nombre de demandes d'accès à l'information	55
Demande totalement refusée	1
Demandes totalement acceptées	53
Demande partiellement acceptée	1
Demande ayant fait l'objet d'une demande de révision	1
Demande ayant fait l'objet de mesures d'accommodement raisonnable	0
Échéance de traitement	
Demandes traitées en 20 jours ou moins	51
Demandes traitées en 21 jours	2[1]
Demande traitée en 22 jours	1[2]
Demande traitée en deux étapes permettant de consulter 22 tiers visés par la demande d'accès	1[3]

1. En faveur du demandeur.
2. En faveur du demandeur.
3. Première réponse favorable à la demande traitée en 18 jours. La seconde réponse a été traitée en 8 jours à la suite de la réception des observations des tiers. D'ailleurs, cette décision de ne pas transmettre les documents fournis par 22 tiers a été contestée à la Commission d'accès à l'information, mais en vain.

Règlement sur la diffusion

En vertu du Règlement sur la diffusion de l'information et sur la protection des renseignements personnels, le Ministère diffuse l'ensemble des documents et renseignements requis.

Les personnes intéressées peuvent en prendre connaissance sur le site Web institutionnel www.tourisme.gouv.qc.ca dont le lien est au bas de la page d'accueil sous l'onglet *Accès à l'information*.

Accès à l'égalité en emploi

Au cours de la période 2014-2015, le Ministère a procédé à 105 embauches, c'est-à-dire 3 personnes afin de pourvoir des postes réguliers, 24 employés occasionnels, 73 étudiants ainsi que 5 stagiaires.

TABLEAU 14

Embauche totale au cours de la période 2014-2015

Statut d'emploi	Régulier	Occasionnel	Étudiant	Stagiaire
Nombre total de personnes embauchées	3	24	73	5

Source : Extraction Media du 15 mai 2015 (SCT)

TABLEAU 15

Embauche totale

Statut d'emploi	Régulier
Nombre total d'employés en place au 31 mars 2015	232

Source : Extraction SAGIR au 31 mars 2015

TABLEAU 16

Taux d'embauche de membres des groupes cibles en 2014-2015

Statut d'emploi	Embauche totale 2014-2015	Communauté culturelle	Anglophone	Autochtone	Personne handicapée	Total	Taux d'embauche par statut d'emploi (en %)
Régulier	3	0	0	0	0	0	0 %
Occasionnel	24	2	1	0	1	4	16,7 %
Étudiant	73	5	1	0	2	8	11 %
Stagiaire	5	0	0	0	0	0	0 %

Source : Extraction Media du 15 mai 2015 (SCT)

TABLEAU 17

Taux d'embauche global des membres des groupes cibles par statut d'emploi
Résultats comparatifs au 31 mars de chaque année (en pourcentage)

Statut d'emploi	2015	2014	2013
Régulier	0	25	33,3
Occasionnel	16,7	22,2	12,2
Étudiant	11	8,2	7,4
Stagiaire	0	0	12,5

Source : Extraction Média du 15 mai 2015 (SCT)

TABLEAU 18

Taux de représentativité des membres des groupes cibles au sein de l'effectif régulier
Résultats comparatifs au 31 mars de chaque année

Groupe cible	Nombre d'employés réguliers dans le groupe cible En 2015	Taux de représentativité par rapport à l'effectif régulier total En 2015 (en %)	Nombre d'employés réguliers dans le groupe cible En 2014	Taux de représentativité par rapport à l'effectif régulier total En 2014 (en %)	Nombre d'employés réguliers dans le groupe cible En 2013	Taux de représentativité par rapport à l'effectif régulier total En 2013 (en %)
Communauté culturelle	26	11,2	26	10,7	25	9,9
Anglophone	6	2,6	6	2,5	7	2,8
Autochtone	2	0,9	2	0,8	3	1,2
Personne handicapée	1	0,4	2	0,8	1	0,4

Source : Rapport SAGIR sur le taux de représentativité des membres de groupes cibles

TABLEAU 19

Taux de représentativité des membres des groupes cibles au sein de l'effectif régulier
Résultats par catégorie d'emplois au 31 mars 2015

	Personnel d'encadrement		Personnel professionnel		Personnel technicien		Personnel de bureau		Personnel des agents de la paix		Personnel ouvrier		Total	
	Nbr	En %	Nbr	En %	Nbr	En %	Nbr	En %	Nbr	En %	Nbr	En %	Nbr	En %
Communauté culturelle	0	0,0	16	14,5	5	9,6	4	8,9	0	0	1	20,0	26	11,2
Anglophone	0	0,0	2	1,8	1	1,9	2	4,4	0	0	1	20,0	6	2,6
Autochtone	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	4,4	0	0	0	0	2	0,9
Personne handicapée	0	0,0	1	0,9	0	0,0	0	0,0	0	0	0	0	1	0,4

Source : Rapport SAGIR sur le taux de représentativité des membres de groupes cibles

TABLEAU 20

Taux d'embauche des femmes en 2014-2015 par statut d'emploi

Embauche	Personnel régulier	Personnel occasionnel	Personnel étudiant	Personnel stagiaire	Total
Nombre de femmes embauchées	3	20	52	4	79
Pourcentage par rapport au nombre total de personnes embauchées en 2014-2015 (en %)	100	83,3	71,2	80	75,2

Source : Extraction Media du 15 mai 2015 (SCT).

TABLEAU 21

Taux de représentativité des femmes dans l'effectif régulier au 31 mars 2015

Représentativité	Personnel d'encadrement	Personnel professionnel	Personnel technicien	Personnel de bureau	Personnel des agents de la paix	Personnel ouvrier	Total
Nombre total d'employés réguliers	20	110	52	45	0	5	232
Nombre de femmes ayant le statut d'employée régulière	9	60	40	36	0	1	146
Taux de représentativité des femmes (en %)	45,0	54,5	76,9	80,0	0,0	20,0	62,9

Note : Le personnel d'encadrement inclut les emplois supérieurs.

Source : Rapport SAGIR sur le taux de représentativité des membres de groupes cibles.

Mesures ou actions favorisant l'embauche, l'intégration et le maintien en emploi (personnes handicapées)

Malgré la diffusion d'information concernant le Programme de développement de l'employabilité à l'intention des personnes handicapées à l'ensemble des gestionnaires, aucun projet n'a été soumis au Centre de services partagés du Québec et, par conséquent, aucun participant n'a été accueilli.

TABLEAU 22

Autres mesures ou actions en 2014-2015 (activités de formation de gestionnaires, activités de sensibilisation, etc.)

Mesure ou action	Groupe cible visé	Nombre de personnes visées
Diffusion d'information sur le PDEIPH	Personnel d'encadrement	20
Offre d'un service d'ergonomie et d'adaptation des postes de travail afin d'assurer un environnement de travail fonctionnel pour tous	Tout le personnel	246[1]

1 Effectif incluant le personnel régulier et occasionnel au 31 mars 2015.

Mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web

En 2014-2015, le Ministère poursuit la mise en œuvre des standards sur l'accessibilité de ses deux principaux sites Web : www.tourisme.gouv.qc.ca et www.bonjourquebec.com.

Le site www.tourisme.gouv.qc.ca est le site institutionnel du Ministère. Des travaux se poursuivent pour assurer la conformité de ce site aux standards sur l'accessibilité Web tout en permettant la lecture de ces pages avec d'autres appareils mobiles.

TABLEAU 23

Suivi de la mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web pour l'exercice financier 2014-2015 — Site www.tourisme.gouv.qc.ca

Éléments	Explications
Liste des sections ou sites Web non encore conformes	- documents téléchargeables (PDF) avant novembre 2012 - en cours : certaines navigations secondaires dans les microsites - en attente de refonte : la section Bulletin touristique
Résumé des réalisations pour la mise en œuvre des standards	- amélioration de l'effet visuel du focus - correction de l'affichage zoomé à 200 % du texte pour les mots-clés - peaufinage des onglets sur le carrousel promotionnel - intégration d'une fonction de pause pour le carrousel promotionnel - ajustements des onglets du carrousel promotionnel et de la section des publications - réglage de la navigation au clavier de la section des publications - remplacement du carrousel des publicités pour permettre une navigation infinie - correction des erreurs d'accessibilité repérées par Wave toolbar - correction de la hiérarchie des titres - ajout des balises « title » sur les liens externes - en cours : ajout de métadonnées descriptives dans les pages de troisième niveau du site. - en cours : les liens externes et certains tableaux complexes du site.
Liste des obstacles et des situations particulières	- convertir un site âgé selon les normes de codage
Ressources mises à contribution	- Direction des communications - Unités productrices de contenus - Programmeuse multimédia de l'externe

TABLEAU 24

Suivi de la mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web pour l'exercice financier 2014-2015 — Site www.tourisme.gouv.qc.ca

Éléments	Oui	Non
Prévision d'une refonte		X
Réalisation d'un audit de conformité		X
Élaboration d'un plan action		X
Démarche de sensibilisation et de formation	X	
Existence d'un cadre de gouvernance		X

Le site Web www.bonjourquebec.com est le site officiel du Ministère en 2014-2015 pour l'information et la promotion du Québec comme destination touristique, au Québec et à l'étranger.

TABLEAU 25

Suivi de la mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web pour l'exercice financier 2014-2015 — Site www.bonjourquebec.com

Éléments	Explications
Liste des sections ou sites Web non encore conformes	- toutes les pages et sections du site (incluant les documents téléchargeables et les contenus multimédias) étaient partiellement conformes en 2014-2015
Résumé des réalisations pour la mise en œuvre des standards	- aucune : une refonte majeure en cours
Liste des obstacles et des situations particulières	- rendre accessible le moteur de réservation provenant d'un progiciel - hiérarchie des titres problématique - fournir un équivalent textuel aux éléments non textuels - aide à la navigation au clavier
Ressources mises à contribution	- aucune ressource n'a été mise à contribution pour l'accessibilité du site Web bonjourquebec.com ; l'équipe Web de la Direction du centre d'affaires électroniques du Ministère ainsi qu'un fournisseur externe (la firme BRAD) ont été engagés dans les travaux de refonte - l'acquisition du CMS DRUPAL, lors des travaux de refonte, facilitera l'incorporation des mesures d'accessibilité.

TABLEAU 26

Suivi de la mise en œuvre des standards sur l'accessibilité du Web pour l'exercice financier 2014-2015 — Site www.bonjourquebec.com

Éléments	Oui	Non
Prévision d'une refonte	X	
Réalisation d'un audit de conformité		X
Élaboration d'un plan action		X
Démarche de sensibilisation et de formation		X
Existence d'un cadre de gouvernance		X

Allègement réglementaire et administratif

En 2014-2015, le Ministère a poursuivi l'allègement réglementaire et administratif par l'intermédiaire des ententes de partenariat régional en tourisme (EPRT) conclues il y a trois ans, en déléguant la gestion à une instance plus près des bénéficiaires, à savoir les associations touristiques régionales (ATR), afin de réduire le délai de réponse aux entreprises.

De plus, le Ministère a maintenu sa plateforme Web (Performind de Sponsorium), qui simplifie la gestion du Programme d'aide financière aux associations touristiques sectorielles (ATS), en permettant le dépôt en ligne des demandes d'aide financière et d'autres documents.

Les promoteurs de festivals et d'événements touristiques ont été également en mesure de déposer leurs demandes d'aide financière adressées au Programme d'aide financière aux festivals et aux événements touristiques ainsi que leurs documents, en version numérique, par l'entremise de cette même plateforme.

Développement durable

Les résultats du Ministère en matière de développement durable sont présentés en fonction des orientations et des objectifs de la Stratégie gouvernementale de développement durable.

Orientation gouvernementale	Objectif gouvernemental
1 - Informer, sensibiliser, éduquer, innover	1 - Mieux faire connaître le concept et les principes de développement durable et favoriser le partage des expériences et des compétences en cette matière ainsi que l'assimilation des savoirs et des savoir-faire qui en facilitent la mise en œuvre.

La Stratégie de mise en valeur du Saint Laurent touristique 2014-2020 fait valoir que les projets soutenus doivent incarner un souci relativement à la capacité d'accueil des milieux, à la pérennité et au développement durable.

Pour sa part, la Stratégie touristique québécoise au nord du 49e parallèle compte quatre principes qui guident son déploiement :

- l'approche de développement durable est présente dans la mise en œuvre de la Stratégie, notamment en maximisant les retombées économiques, sociales et environnementales pour les populations nordiques ;
- la priorité est accordée au développement d'activités et d'attraits touristiques mettant en valeur les caractéristiques culturelles et naturelles de la région. Ce développement est fait avec les communautés intéressées, en tenant compte de leur capacité d'accueil et du potentiel touristique ;
- les programmes d'aide et les normes qui les régissent sont adaptés en respect des réalités régionales ;
- l'accompagnement et le soutien accordés aux entreprises et aux acteurs du milieu.

Le Ministère a aussi procédé en 2014-2015 à la consultation des partenaires de l'industrie touristique dans les contextes suivants :

- rencontres avec des ATR et des ATS (SATQ-FEQ) pour l'évolution du volet commercial (solution de réservation) du Système québécois de gestion de la destination ;
- rencontres avec des ATR pour mettre en place un projet de banque de données touristiques (unifiée et partagée) permettant la production de l'édition 2015-2016 des guides touristiques de ces associations ;
- rencontre des membres du Forum marketing pour échanger avec les ATR, les ATS et autres organisations intéressées à propos des actions de commercialisation à venir ;
- promotion d'une capsule de sensibilisation au développement durable dispensée par le Centre de leadership et de développement des compétences, fruit d'un projet de collaboration entre la France et le Québec.

Orientation gouvernementale	Objectif gouvernemental
3 - Produire et consommer de façon responsable	6 - Appliquer des mesures de gestion environnementale et une politique d'acquisitions écoresponsables au sein des ministères et des organismes gouvernementaux.

À titre d'animateur du Forum Marketing, en 2014-2015, le Ministère a transmis ses documents aux participants uniquement en version numérique.

Pour les documents promotionnels produits par le Ministère et qui doivent être imprimés, ils le sont sur du papier de type Enviro 100 (papier contenant 100 % de fibres postconsommation certifiées FSC® et certifié ÉcoLogo).

La plupart des articles promotionnels proviennent d'entreprises québécoises. Lorsqu'ils sont introuvables au Québec, le Ministère s'approvisionne à l'extérieur, mais il s'assure de les imprimer ou de les emballer au Québec selon les normes du développement durable propres à ces secteurs d'activité.

Les programmes d'aide financière du Ministère précisent que les projets soutenus doivent tenir compte des principes de développement durable. À cette fin, une section des formulaires de demande d'aide financière est réservée au développement durable. Les promoteurs sont invités à y énumérer les principaux gestes réalisés et les actions qu'ils comptent entreprendre en la matière.

D'ailleurs, le Ministère rend disponible le Guide pratique en développement durable aux entreprises touristiques du Québec sur le site Web institutionnel sous les programmes d'aide financière.

Orientation gouvernementale	Objectif gouvernemental
6 - Aménager et développer le territoire de façon durable et intégrée.	18 - Intégrer les impératifs du développement durable dans les stratégies et les plans d'aménagement et de développement régionaux et locaux.

Par son soutien au développement du potentiel touristique des régions, le Ministère contribue activement au dynamisme territorial du Québec. Ses interventions s'appuient sur la concertation optimale des entreprises, des citoyens et des partenaires socioéconomiques à l'échelle locale et nationale.

En 2014-2015, les interventions du Ministère se réalisent par le soutien à :

- 135 festivals et événements touristiques par l'entremise du Programme d'aide financière aux festivals et aux événements touristiques ;
- 13 nouveaux projets par l'intermédiaire du Programme d'aide au développement touristique au nord du 49e parallèle ;
- 228 projets touristiques, avec le concours de ses partenaires en région, dans le cadre de ses 18 ententes de partenariat régional en tourisme.

Gestion et contrôle des effectifs et renseignements relatifs aux contrats de services

La Loi sur la gestion et le contrôle des effectifs des ministères, des organismes et des réseaux du secteur public ainsi que des sociétés d'État (2014, chapitre 17) a été adoptée et sanctionnée le 5 décembre 2014. Elle est entrée en vigueur le même jour.

Aux fins de l'application des mesures prévues à la Loi, la première période fixée par le Conseil du trésor, en vertu de l'article 11, commence le 1er janvier 2015 et se termine le 31 mars 2016.

Contrats de services, comportant une dépense de 25 000 dollars et plus, conclus entre le 1er janvier 2015 et le 31 mars 2015

	Nombre	Valeur
Contrats de services avec une personne physique[1]	0	0 $
Contrats de services avec un contractant autre qu'une personne physique[2]	9	901 331 $
Total des contrats de services	9	901 331 $

1. Une personne physique, qu'elle soit dans les affaires ou non.
2. Inclut les personnes morales de droit privé, les sociétés en nom collectif, en commandite ou en participation.

Égalité entre les hommes et les femmes

Bien que le Ministère n'ait pas d'action à réaliser à l'égard du Plan d'action 2011-2015, *Pour que l'égalité de droit devienne une égalité de fait*, il a toutefois pris les mesures pour sensibiliser son personnel à ce sujet.

Par l'intermédiaire de son site intranet, une série d'articles a été diffusée portant notamment sur la Journée internationale des femmes 2015 et sur le webzine *Gazette des femmes*, l'un des moyens privilégiés pour réaliser l'égalité des sexes en suscitant la réflexion avec des dossiers et des articles sur des sujets d'actualité variés.

Emploi et qualité de la langue française dans l'Administration

Le Ministère privilégie l'unilinguisme français dans ses activités en respectant les principes généraux de la Politique linguistique gouvernementale relative à l'emploi et à la qualité de la langue française dans l'Administration, actualisée en 2011.

Un projet de politique linguistique est à l'étude afin de bonifier celle en vigueur depuis 2008. Pour ce faire, les membres d'un comité mixte composé du personnel du Ministère et de celui de l'Office québécois de la langue française (l'Office) se sont réunis à sept reprises au cours de l'année 2014-2015 afin d'arrimer l'application de la Charte de la langue française (la Charte) et de la Politique à la réalisation de la mission de l'organisation.

Le mandataire de l'Office a également poursuivi son action auprès du personnel du Ministère en clarifiant l'application de la Politique et de la Charte au regard de 23 situations différentes qui lui ont été présentées au cours de l'année. Aucune plainte n'a d'ailleurs été enregistrée à cet égard pendant cette période.

TABLEAU 27

Comité permanent et mandataire

Avez-vous un mandataire ?	Oui
Au cours de l'exercice, avez-vous fait des activités pour faire connaître votre mandataire et son rôle ?	Non
Votre organisation compte-t-elle moins de 50 employés ?	Non
Avez-vous un comité permanent ?	Oui
Combien y a-t-il eu de rencontres du comité permanent au cours de l'exercice ?	7
Au cours de l'exercice, avez-vous fait des activités pour faire connaître votre comité permanent ?	Oui

TABLEAU 28

Étapes de l'élaboration ou de l'approbation de la politique linguistique institutionnelle

Où en êtes-vous dans l'élaboration ou l'approbation de votre politique linguistique institutionnelle?	Indiquer le numéro de l'étape
1. Projet en élaboration	
2. Projet soumis pour commentaires à l'Office	2
3. Projet soumis pour un avis officiel de l'Office	
4. Avis officiel de l'Office reçu	
5. Politique linguistique institutionnelle approuvée par le sous-ministre ou le dirigeant	
6. Politique linguistique institutionnelle approuvée transmise à l'Office	

Loi assurant l'exercice des droits des personnes handicapées en vue de leur intégration scolaire, professionnelle et sociale

Le Ministère répond de ses obligations à l'égard des personnes handicapées dans le cadre de la réalisation d'un plan d'action annuel et de ses engagements à l'endroit de la Politique *À part entière : pour un véritable exercice du droit à l'égalité*. En vue de contribuer à une société inclusive, le Ministère réalise notamment les actions qui suivent.

Aménagement des environnements accessibles

Dans le cadre du Programme d'aide stratégique aux projets touristiques, du Programme d'aide financière aux festivals et aux événements touristiques et du Programme d'aide au développement touristique au nord du 49e parallèle, les projets admissibles doivent notamment respecter le critère visant à favoriser l'accessibilité des lieux aux personnes handicapées. Il s'agit d'un des moyens d'évaluation que le Ministère utilise pour sensibiliser les entreprises touristiques afin quelles rendent leurs lieux accessibles.

Par ailleurs, le site Web institutionnel présente une section sur le tourisme accessible[5]. Les exploitants d'entreprises touristiques y trouvent plusieurs renseignements visant à mieux faire connaître : le marché des personnes handicapées, et notamment leurs comportements et attitudes en matière de tourisme, de culture et de transport au Québec, les normes d'accessibilité du Code de la construction du Québec, les services-conseil, d'évaluation et de formation offerts par Kéroul ainsi que les aides financières disponibles. Ces mesures visent à sensibiliser les acteurs de l'industrie touristique afin que les lieux touristiques soient accessibles.

Mise en place des mesures de promotion d'une approche inclusive et accroître la participation des personnes handicapées à des activités de loisir, de sport, de tourisme et de culture

Depuis près de 30 ans, le Ministère reconnaît l'organisme Kéroul comme son interlocuteur privilégié pour établir des actions stratégiques en matière d'accessibilité des lieux touristiques aux personnes handicapées dans le respect de leurs particularités et des orientations gouvernementales. Dans le cadre de la convention d'aide financière 2012-2015, le Ministère soutient Kéroul pour réaliser notamment des actions de commercialisation inspirées de *La Route accessible* au bénéfice des personnes handicapées venant des marchés hors Québec. En 2014-2015, les actions réalisées grâce au soutien financier du Ministère sont les suivantes :

- conception et achat de publicité dans les magazines *Abilities* (périodique pancanadien s'adressant aux personnes handicapées), *Today's Kids in Motion* (périodique américain qui s'adresse aux parents d'enfants handicapés) et *New Mobility – The magazine for active wheelchair users* qui est destiné aux personnes handicapées aux États-Unis.

5. http ://www.tourisme.gouv.qc.ca/programmes-services/services/tourisme-accessible/index.html

- des activités de relations de presse qui ont été organisées par le Ministère avec des partenaires et ont généré un certain nombre d'articles publiés, en prévision du Sommet mondial Destination pour tous, tenu en octobre 2014 :

  - tournée de presse pour trois personnes de France 2 – *Télématin* (3 millions d'auditeurs par jour) en juin 2014, en partenariat avec la Commission canadienne du tourisme. Cette tournée était axée sur l'expérience grande ville pour le tourisme accessible à Montréal et visait le marché de la France et de la Belgique. Cette tournée a généré un reportage vidéo sur le tourisme accessible aux personnes handicapées à Montréal « Roues libres à Montréal » en août 2014.

  - tournée de presse organisée à l'intention de trois journalistes pour un tournage au Québec de la télévision brésilienne Globo TV (deuxième chaîne de télévision la plus regardée au Brésil et la plus suivie dans les médias sociaux) en octobre 2014, en partenariat avec la Commission canadienne du tourisme, portant sur les expériences grande nature et grandes villes. Cette tournée de presse a généré un reportage dans le périodique brésilien *Fantástico*.

  - tournée de presse organisée pour quatre journalistes invités spécialement pour le *Sommet mondial Destination pour tous*, tenu à Montréal du 19 au 22 octobre 2014 (en partenariat avec Kéroul et Tourisme Montréal). À ce jour, deux articles ont été publiés sur le Sommet et l'accessibilité en général dans le *Financial Post* et le *Toronto Star*. Deux autres articles sont attendus à l'été et l'automne 2015 dans les médias : *Zoomer Magazine, Forever Young* and *Travel Industry Today*. À noter que ces journalistes ont largement publicisé le Sommet dans les médias sociaux autant durant l'événement qu'après sa tenue.

De plus, près de 3 000 brochures et cartes postales de La Route accessible en version française et en version anglaise ont été distribuées par le Ministère dans les centres Infotouriste et par le centre d'appels (envois postaux) en réponse aux demandes des clients.

Finalement, pour faciliter la planification des séjours au Québec, le Ministère met à jour annuellement les données sur les entreprises touristiques accessibles ou adaptées aux personnes handicapées et il diffuse l'information dans son réseau d'accueil (centres Infotouriste et services de renseignements par téléphone et par Internet) et sur le site Web BonjourQuébec.com. La clientèle touristique peut chercher les entreprises accessibles et adaptées à ses besoins, pour un séjour agréable au Québec. En avril 2015, le nombre de prestations touristiques (attraits, activités, services et hébergement touristique) de la banque de données du Ministère selon les niveaux d'accessibilité établis par Kéroul est le suivant :

- accessible aux personnes ayant une déficience motrice : 232 prestations touristiques ;
- partiellement accessible aux personnes ayant une déficience motrice : 1 036 prestations touristiques ;
- service aux personnes ayant une déficience auditive : 144 prestations touristiques ;
- service aux personnes ayant une déficience visuelle : 120 prestations touristiques.

Loi et Règlement sur les établissements d'hébergement touristique

Le Ministère est responsable de l'application de la Loi sur les établissements d'hébergement touristique (chapitre E-14.2) et de son Règlement (chapitre E-14.2, r. 1). En vertu de ces dispositions législatives, toute personne qui exploite un établissement d'hébergement touristique doit détenir une attestation de classification. L'exploitant doit ainsi présenter une demande d'attestation de classification au ministre, fournir les documents requis et payer les frais exigibles.

Le Ministère a confié à trois organismes le mandat de classifier les établissements d'hébergement touristique.

La Corporation de l'industrie touristique du Québec prend en charge la classification des catégories d'établissement suivantes: auberges de jeunesse, centres de vacances, établissements d'enseignement (résidences universitaires et collégiales accueillant des touristes), établissements hôteliers (hôtels et motels), gîtes, résidences de tourisme (chalets, condos et appartements), villages d'accueil et autres établissements d'hébergement (qui ne font partie d'aucune autre catégorie).

Camping Québec est responsable de classifier les établissements de camping alors que la Fédération des pourvoiries du Québec fait de même avec les établissements de pourvoirie.

Le Ministère est responsable des activités d'inspection prévues à la Loi et son Règlement, parmi lesquelles figurent la vérification de la conformité de l'affichage du panonceau et la vérification de la conformité de l'exploitation des établissements d'hébergement touristique. Par ailleurs, les inspecteurs du Ministère procèdent au dépistage de l'hébergement touristique illégal, notamment en vérifiant les offres d'hébergement sur Internet, et ils assurent le suivi des dénonciations faites auprès du Ministère.

Occupation et vitalité des territoires

Le Ministère s'acquitte de sa responsabilité découlant de la Loi pour assurer l'occupation et la vitalité des territoires en favorisant le développement de l'industrie touristique dans toutes les régions du Québec. Par ses diverses interventions et ses programmes, il soutient ses partenaires. Il met aussi en œuvre des stratégies et des moyens d'action pour développer la synergie et la collaboration entre les différents acteurs.

En 2014-2015, les objectifs visés par le Ministère étaient les suivants:

- poursuivre la mise en œuvre du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020;
- mettre en œuvre la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 et le plan d'action 2014-2017 – *Le Saint-Laurent: du fleuve à la mer, 4 000 km de découvertes*;
- mettre en œuvre le Programme Stratégie maritime – volet tourisme;
- poursuivre la mise en œuvre de la Stratégie de développement durable et de promotion des croisières internationales sur le fleuve Saint-Laurent;
- poursuivre la mise en œuvre de la Stratégie touristique québécoise au nord du 49e parallèle;
- poursuivre la mise en œuvre du Programme d'aide au développement touristique au nord du 49e parallèle;

- poursuivre le soutien financier aux ATR et ATS ;
- poursuivre le soutien financier à l'Association des croisières du Saint-Laurent ;
- poursuivre le soutien aux festivals et aux événements touristiques du Québec ;
- poursuivre et finaliser la mise en œuvre des ententes de partenariat régional en tourisme ;
- poursuivre le partenariat avec le Mouvement québécois de la qualité ;
- soutenir financièrement la tenue du Grand Prix de Formule 1 du Canada à Montréal ;
- renouveler l'offre de produits touristiques.

Politique de financement des services publics

Le Ministère ne facture aucun service rendu aux citoyens. Cependant, dans les centres Infotouriste, il retire des revenus d'activités commerciales par l'entremise de la location d'espace ou d'affichage publicitaire ainsi que par la vente d'articles de promotion et de services.

TABLEAU 29

Biens ou services tarifés (en milliers de dollars)

	Revenus probables 2014-2015[1]
Location d'espace dans les centres Infotouriste	455,7
Affichage publicitaire dans les centres Infotouriste	356,7
Vente de divers articles de promotion	47,4
Vente de services	186,8

1 Les revenus sont dits « probables » tant que les travaux de vérification effectués pour les Comptes publics 2014-2015 du gouvernement ne seront pas terminés.

Suivi des recommandations du Vérificateur général du Québec

Le 26 juin 2014, le Ministère a présenté au Vérificateur général du Québec son plan d'action en réponse à ses recommandations formulées dans son rapport 2013-2014. Le Plan comporte quinze actions qui ont été amorcées au cours de l'année financière.

En ce qui a trait aux recommandations formulées à l'intention des ATR, le Ministère les a intégrées dans ses protocoles d'entente.

L'information qui suit présente le suivi des recommandations en 2014-2015.

Recommandation 7 : Se doter d'un processus d'attribution de l'aide financière et d'une politique de gestion des ententes de visibilité qui permettent, pour l'ensemble des projets, de sélectionner ceux répondant le mieux aux objectifs, et ce, dans le respect des critères d'admissibilité et des autres normes édictées.

- Action 1 : Doter le Ministère d'une politique de gestion des ententes de visibilité (qui sera diffusée au public) prévoyant des critères d'appréciation des projets en fonction du mérite et s'assurant d'obtenir une juste évaluation de la valeur médiatique.
  - Suivi : Les efforts ont été concentrés cette année sur le cadre de gestion de l'axe 4 du PrDIT : aide à la promotion, à la commercialisation et au démarchage.
- Action 2 : Réviser le cadre et les règles de gestion des leviers financiers destinés aux projets.
  - Suivi : La révision du programme festivals et événements a été amorcée en 2014-2015.

Recommandation 8 : Mettre en place des mécanismes de suivi afin de s'assurer du respect, par les bénéficiaires, des exigences prévues par les conventions d'aide.

- Action 3 : Inclure les exigences du Règlement sur la promesse et l'octroi de subventions.
  - Suivi : Les protocoles du nouveau programme Stratégie maritime – volet tourisme (SMVT) comprendront une clause relativement aux appels d'offres. Le modèle de convention sera terminé en 2015-2016.
- Action 4 : Adopter et mettre en œuvre un plan triennal d'évaluation des programmes afin d'apprécier notamment l'atteinte des objectifs. Au terme de chaque évaluation, les programmes feront l'objet d'une révision au profit d'un processus d'amélioration continue des façons de faire.
  - Suivi : En juin 2014, les autorités du Ministère ont entrepris la révision du modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme au Québec, y inclus celle des programmes. Le prochain modèle d'affaires et ses orientations devraient influer sur les priorités ministérielles en matière d'évaluation de programme. Ensuite, le Ministère se dotera d'un nouveau plan pluriannuel d'évaluation.

- **Action 5:** Instaurer un audit annuel auprès d'un échantillon de dossiers pour évaluer la conformité des bénéficiaires aux exigences applicables en vertu des conventions.

  - Suivi: Le Ministère a entrepris le développement des outils nécessaires qui lui permettront d'effectuer un audit annuel en 2015-2016.

Recommandation 9: Se doter de moyens facilitant le repérage des transactions entre les bénéficiaires de subventions et leurs entités liées et l'évaluation du caractère raisonnable des sommes en cause pour la justification de l'aide financière.

- **Action 6:** Élaborer un mécanisme de déclaration de la part des bénéficiaires au regard des transactions entre parties liées. Pour ce faire, le Ministère prendra en compte les éléments du Rapport du Comité restreint de vérification du ministère de la Culture et des Communications concernant les règles de gouvernance entre les OBL et les sociétés apparentées. Le respect de cette exigence sera évalué dans le cadre de l'action 5.

  - Suivi: Les protocoles du nouveau programme Stratégie maritime – volet tourisme (SMVT) pourraient comprendre une clause relativement aux parties liées. Le modèle de convention sera terminé en 2015-2016.

    Le programme festivals et événements étant également en cours de révision, une clause similaire sera proposée dans les prochains protocoles.

Recommandation 10: Améliorer les mécanismes de concertation des divers acteurs de l'industrie touristique afin d'obtenir une plus grande cohérence des interventions gouvernementales dans le secteur.

- **Action 7:** Produire une analyse du modèle de gouvernance du tourisme et des recommandations sur les changements à apporter pour optimiser l'efficience et l'efficacité des efforts investis.

  - Suivi: Juin 2014 — Le chantier de révision du modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme a été amorcé.

    Septembre et octobre 2014 — Une première rencontre a réuni une cinquantaine de représentants pour discuter de l'avenir de leur industrie et a permis de recueillir des suggestions pour la mise en place d'un nouveau modèle d'affaires et de gouvernance, et ce, à la suite de l'invitation de la ministre du Tourisme. Celle-ci a également rencontré les membres de la Table stratégique d'échanges pour aborder les grandes orientations stratégiques de la destination québécoise.

    Novembre et décembre 2014 — Le Ministère a procédé à l'étalonnage de 48 pays membres et partenaires de l'Organisation de coopération et de développement économiques afin d'analyser les structures de gouvernance. Les résultats de la consultation générale et ceux des travaux du Ministère ont été dévoilés lors d'une rencontre stratégique réunissant une centaine d'intervenants.

Janvier à mars 2015 — La ministre a lancé un exercice de consultation ciblée portant sur un projet d'orientations et de composantes du nouveau modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme.

Les résultats de la démarche sont consignés dans un document soumis à l'ensemble de l'industrie intitulé *Faire du tourisme une industrie performante, innovante et axée sur le développement économique.*

- **Action 8:** Produire et diffuser un cadre de référence gouvernemental sur les rôles et responsabilités des principaux acteurs en tourisme, au bénéfice d'une cohérence accrue.

  - Suivi: L'exercice sera rendu possible à la suite de la diffusion du nouveau modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme au cours de 2015-2016.

- **Action 9:** Intensifier le nombre de rencontres sur les mécanismes de concertation des acteurs mis en place dans la foulée du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 (Table stratégique d'échanges, Comité interministériel, Comité de concertation, Comité stratégique d'ATR associées du Québec, Forum marketing, groupes de travail mixtes, Réseau de connaissances stratégiques en tourisme).

  - Suivi: En 2014-2015:

    Table stratégique d'échanges — 2 rencontres

    Forum marketing — 1 rencontre

    Groupes de travail mixtes:

    - Tourisme culturel — 3 rencontres
    - Tourisme de nature et d'aventure — 3 rencontres
    - Réseau de connaissances stratégiques en tourisme — 3 rencontres

Recommandation 11: S'assurer que la subvention versée pour le fonctionnement des ATR est déterminée selon des critères précis et pertinents qui tiennent compte notamment des besoins des régions et de leur performance.

- **Action 10:** Appliquer le modèle de distribution de l'enveloppe budgétaire basé sur les critères de performance développés par le Ministère lors du renouvellement des 22 ententes avec les ATR.

  - Suivi: Le Ministère a appliqué son modèle de distribution de l'enveloppe budgétaire basé sur les critères de performance développés lors du renouvellement des ententes avec les ATR en juin 2014.

    Les 22 ententes ont été conclues avec ce nouveau modèle de distribution.

Recommandation 12 : Effectuer un encadrement plus rigoureux des activités des ATR afin d'apprécier objectivement leur performance quant à la saine gestion des fonds publics et à l'atteinte des objectifs fixés.

- **Action 11 :** Réaliser annuellement un examen de la reddition de comptes transmise par les ATR au Ministère pour assurer un meilleur suivi et proposer des mesures d'ajustement en temps opportun afin d'apprécier leur performance respective.

  - Suivi : La réception des documents de reddition de comptes des ATR se terminant en avril 2015, le Ministère a reporté l'exercice à 2015-2016.

- **Action 12 :** Exiger, dans le cadre des prochaines ententes avec les ATR que celles-ci se dotent d'outils et de politiques de gestion adéquates en matière : d'octroi de dons, de subventions, de commandites et de gratuités, d'adjudication de contrats, de rémunération du personnel de direction (salaire, prime et avantages sociaux), de frais de déplacement et de séjour, de mécanismes de vérification et de contrôle afin d'assurer une saine gestion des dépenses.

  À cet effet, chaque ATR devra soumettre annuellement à la ministre du Tourisme une résolution du conseil d'administration ou de son exécutif attestant le respect de l'application de ces dispositions.

  - Suivi : Cette exigence a été incluse dans les 22 conventions d'aide financière ratifiées avec les ATR. La réception des politiques de gestion des ATR est prévue pour 2015-2016.

- **Action 13 :** Mettre en place une politique de gestion en matière de gratuités offertes par le Ministère et ses bureaux en destination en mettant l'accent sur le renforcement entourant l'encadrement à ce chapitre et en faire le suivi.

  - Suivi : La réalisation de la politique de gestion des gratuités est prévue pour 2015-2016.

Recommandation 13 : Produire un plan stratégique pour favoriser la coordination et la mise en œuvre des orientations gouvernementales en matière de tourisme.

- **Action 14 :** Élaborer le plan stratégique 2015-2020 du ministère du Tourisme dans le respect des orientations gouvernementales, tout en priorisant la mise en œuvre du Plan de développement de l'industrie touristique (PDIT) 2012-2020, adopté par le gouvernement du Québec. Le fruit des travaux de l'action 7 sera également pris en compte.

  - Suivi : Le processus d'élaboration du plan stratégique ministériel sera entrepris après l'adoption du nouveau modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme au Québec prévue en 2015-2016.

Recommandation 14 : Rendre compte des résultats obtenus sur la base d'indicateurs mesurables qui démontrent sa performance.

- **Action 15:** Rendre compte dans le rapport annuel de gestion, des mesures de rendement en lien avec les objectifs de performance inscrits dans le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 et le Plan stratégique ministériel 2014-2019.

  - Suivi : Action récurrente figurant dans le Rapport annuel de gestion qui sera conditionnée par le dépôt à l'Assemblée nationale du prochain plan stratégique.

ANNEXE I

Liste des publications 2014-2015

- Dévaluation du huard, baisse du prix de l'or noir et tourisme : État de la situation (mars 2015)
- Profil de marché – États-Unis d'Amérique, région de démarchage Sud (février 2015)
- Profil de marché – États-Unis d'Amérique, région de démarchage Ouest (octobre 2014)
- Profil de marché – États-Unis d'Amérique, région de démarchage Atlantique-Centre (octobre 2014)
- Profil de marché – États-Unis d'Amérique, région de démarchage Centre-Ouest (octobre 2014)
- Profil de marché – États-Unis d'Amérique, région de démarchage Nouvelle-Angleterre (octobre 2014)
- Flash sur les marchés – États-Unis (mai 2014)
- La balance touristique internationale en 2012 (décembre 2014)
- Fréquentation des terrains de camping en bref – 2014 (novembre 2014)
- Le tourisme au Québec en bref – 2012 (juin 2014)
- Tourisme en chiffres (décembre 2014)
- Les plus récentes données sur le tourisme au Québec (avril 2014)
- Notes de conjoncture : 8 publications en 2014-2015
- Portrait synthèse des entreprises touristiques, secteur hébergement, transport et loisirs (juin 2014)
- Veille nordique : 4 publications en 2014-2015
- Analyse sur le tourisme nordique – Se concerter pour mieux développer la nordicité (avril 2014)
- Analyse sur le tourisme nordique – Des produits séducteurs et distinctifs en milieu nordique (août 2014)
- Veille Festivals et Événements : 10 publications en 2014-2015
- Analyse Festivals et Événements – Miser sur son infrastructure pour se démarquer (juin 2014)
- Analyse Festivals et Événements – La nouvelle tendance gastronomique dans les festivals et événements (septembre 2014)
- Analyse Festivals et Événements – Bonnes pratiques dans les festivals (janvier 2015)
- Veille Saint-Laurent : 6 publications en 2014-2015
- Analyse Saint-Laurent : Reconversion urbaine des espaces portuaires (juin 2014)
- Analyse Saint-Laurent : La complémentarité des produits touristiques autour de la voie d'eau (octobre 2014)
- Veille hivernale : 1 parution en 2014-2015
- Analyse veille hivernale – Prenez-vous soin de votre communauté sur les médias sociaux ? (juin 2014)
- Analyse veille hivernale – La forfaitisation du ski et de l'hiver (janvier 2015)
- Le bulletin touristique : 11 publications faisant l'objet de deux envois pour un total de 22 envois en 2014-2015
- Bulletin de veille Le Belvédère : 21 publications en 2014-2015. Publications internes seulement
- Tourisme Québec en action (Infolettre du Ministère) : 24 parutions

ANNEXE II

Liste des lois relevant de l'autorité de la ministre

1. Lois et règlements dont l'application relève de la ministre du Tourisme :

   Loi sur le ministère du Tourisme (chapitre M-31.2);

   Loi sur l'aide au développement touristique (chapitre A-13.1);

   Règlement sur l'aide au développement touristique (chapitre A-13.1, r. 1);

   Loi sur les établissements d'hébergement touristique (chapitre E-14.2);

   Règlement sur les établissements d'hébergement touristique (chapitre E-14.2, r. 1).

2. Les lois et règlements suivants relèvent de la responsabilité de la ministre du Tourisme :

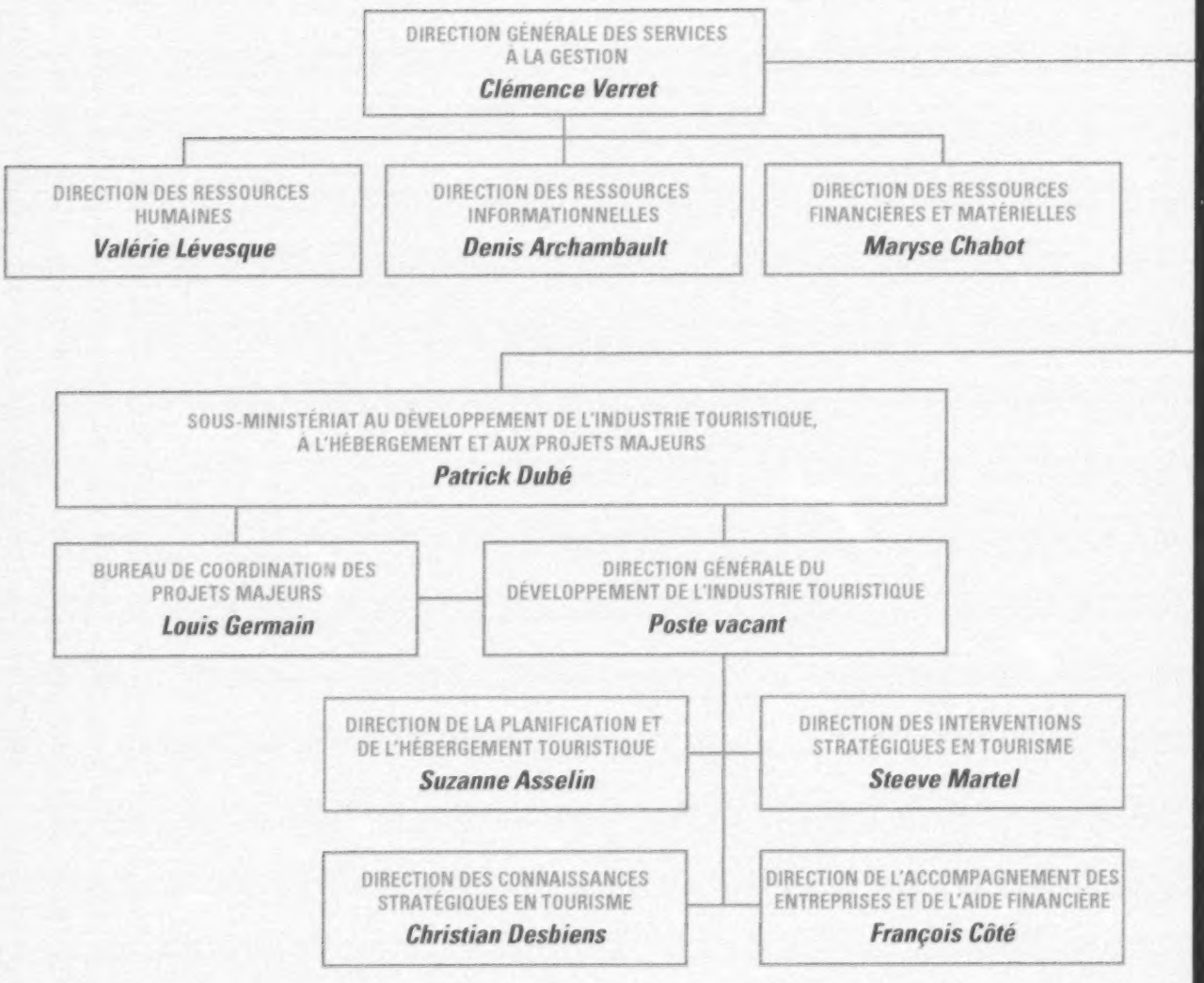
   Loi sur la Régie des installations olympiques (chapitre R-7);

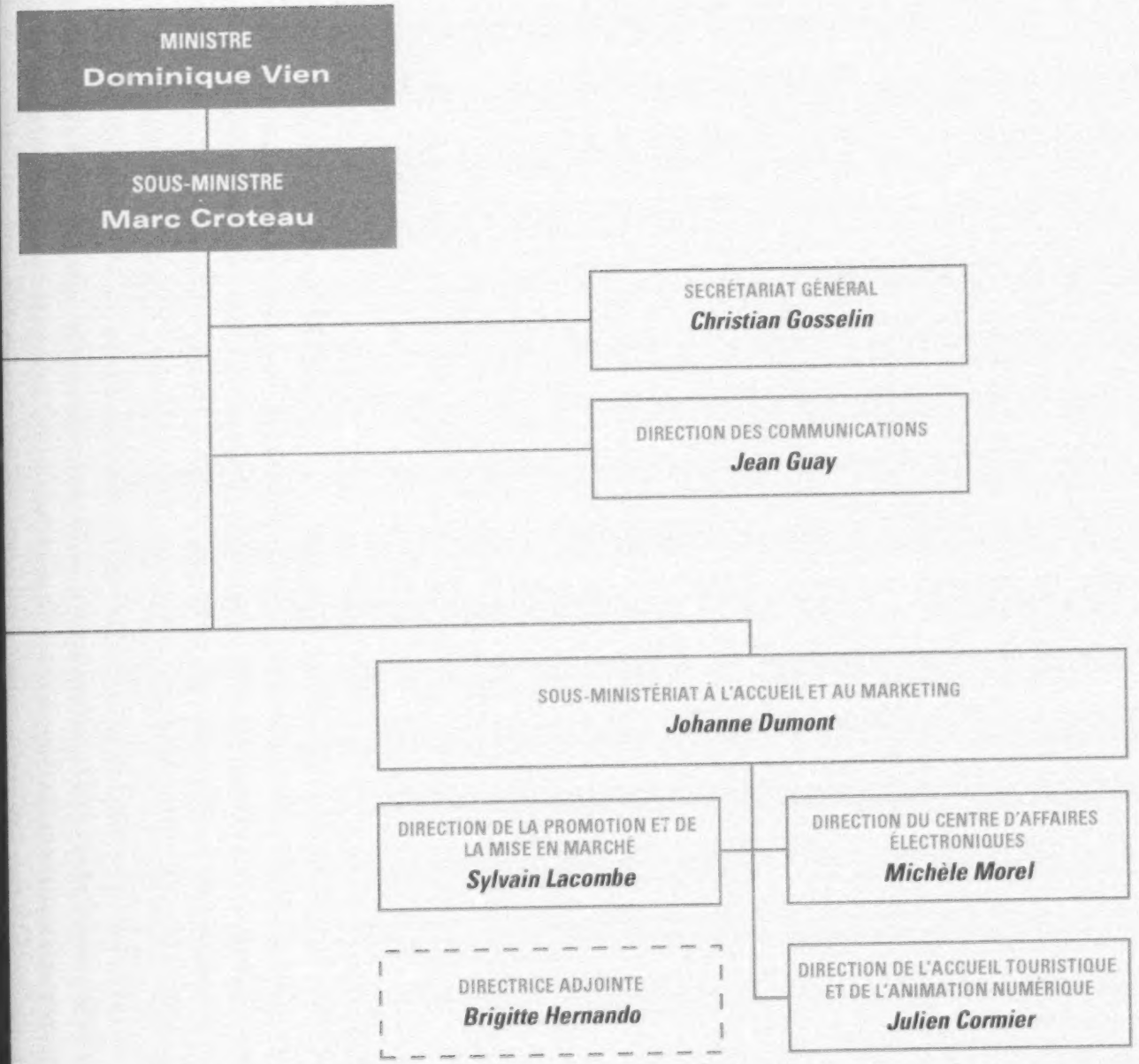
   Loi sur la Société du Centre des congrès de Québec (chapitre S-14.001);

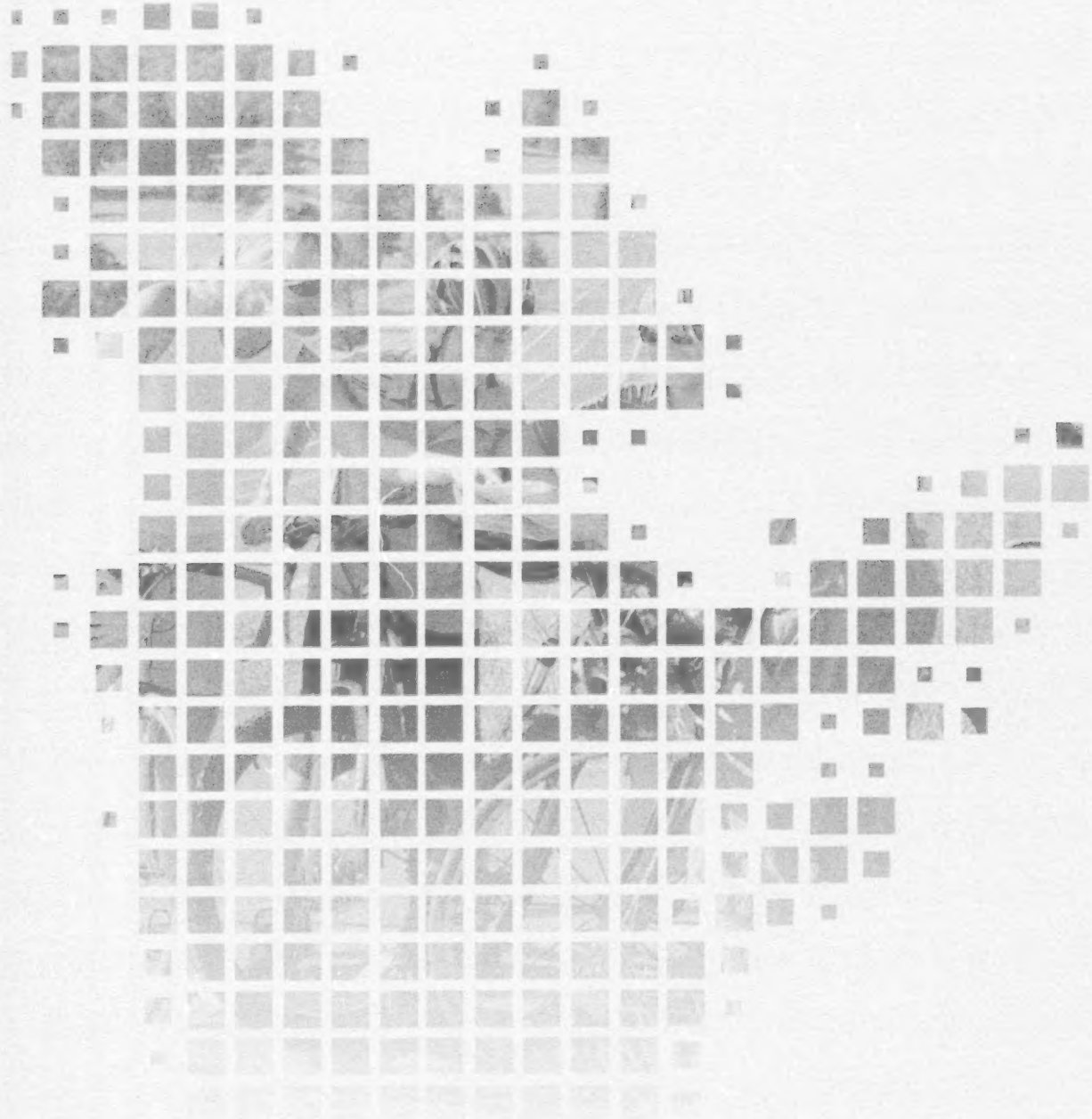
   Loi sur la Société du Palais des congrès de Montréal (chapitre S-14.1).

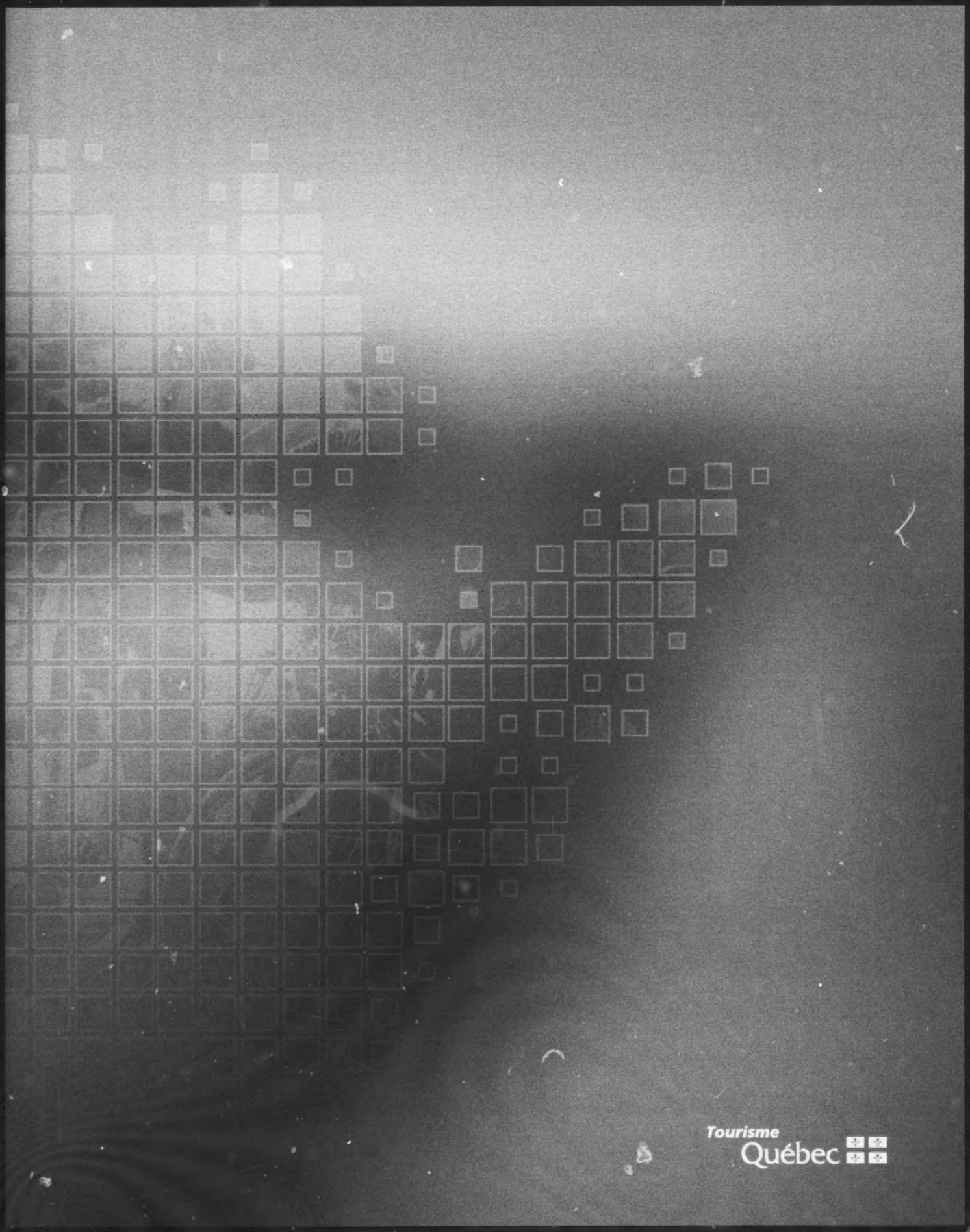
ANNEXE III

Organigramme




MINISTRE
Dominique Vien
SOUS-MINISTRE
Marc Croteau
SECRÉTARIAT GÉNÉRAL
Christian Gosselin
DIRECTION DES COMMUNICATIONS
Jean Guay
SOUS-MINISTÉRIAT À L'ACCUEIL ET AU MARKETING
Johanne Dumont
DIRECTION DE LA PROMOTION ET DE LA MISE EN MARCHÉ
Sylvain Lacombe
DIRECTRICE ADJOINTE
Brigitte Hernando
DIRECTION DU CENTRE D'AFFAIRES ÉLECTRONIQUES
Michèle Morel
DIRECTION DE L'ACCUEIL TOURISTIQUE ET DE L'ANIMATION NUMÉRIQUE
Julien Cormier




Tourisme
Québec